

**ETIKA BISNIS ISLAM PADA CV. OLEINDO AMANA
SEJAHTERA INDONESIA DALAM PRESPEKTIF IMAM AL-
GHAZALI**

SKRIPSI

Oleh
ZULIA RISKA MAULANI
NIM : G74219126



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, Zulia Riska Maulani, G74219126, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 16 Maret 2023



Zulia Riska Maulani

NIM. G74219126

HALAMAN PERSETUJUAN

Surabaya, 01 Maret 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk di uji

Dosen Pembimbing,



Dr. H. M. Lathoif Ghozali, Lc., MA

LEMBAR PENGESAHAN

ETIKA BISNIS ISLAM PADA CV. OLEINDO AMANA SEJAHTERA INDONESIA DALAM PRESPEKTIF IMAM AL- GHAZALI

Oleh
Zulia Riska Maulani
NIM : G74219126

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada
tanggal 16 Maret 2023 dan dinaikan memenuhi sarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. H. M. Lathoif Ghozali, Lc., MA
NIP.197511032005011005
(Penguji 1)
2. Hj. Nurlaila, S.E, MM
NIP.196205222000032001
(Penguji 2)
3. Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I.
NIP.197008042005011003
(Penguji 3)
4. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.
NIP. 199301092020122028
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 16 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Arifin S.Ag., S.S., M.E.I

NIP. 197005142000031001₄

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zulia Riska Maulani
NIM : G74219126
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : Zuliariska18@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ETIKA BISNIS ISLAM PADA CV. OLEINDO AMANA SEJAHTERA

INDONESIA DALAM PRESPEKTIF IMAM AL-GHAZALI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis



(Zulia Riska Maulani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Bisnis merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan agar saling menguntungkan bagi pelakunya. Islam menyatakan etika dalam berbisnis harus sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* Al-Ghazali menjelaskan etika dalam berbisnis yaitu *al-dunya mazra'atul akhirah* (dunia adalah ladang akhirat), Kemaslahatan, nilai-nilai kebaikan, jauh dari perbuatan riba. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pertama, faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. Kedua, etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam prespektif Imam Al-Ghazali.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara kepada pemilik, karyawan, dan konsumen CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. Analisis data deskriptif yang digunakan yakni berupa proses menganalisis, menjabarkan serta meringkas fenomena atau kejadian dari data yang diperoleh lewat proses pengamatan langsung di lapangan atau wawancara.

Hasil dari penelitian ini terdapat faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam. Faktor pendukung terbagi menjadi dua faktor eksternal dan internal. faktor eksternal yaitu kerjasama yang baik dan kepuasan konsumen terhadap produk dan harga yang ditawarkan. faktor internal yaitu kepercayaan pemilik kepada Allah SWT, keadilan yang diberikan kepada pembeli, dan mayoritas konsumen seorang muslim. Sedangkan faktor penghambat yaitu kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan kepada pembeli disebabkan sikap karyawan yang berbeda-beda. Penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam prespektif Imam Al-Ghazali yakni keutamaan mencari nafkah tidak boleh hanya mementingkan urusan duniawi melainkan untuk bekal di akhirat. Terdapat juga pemeliharaan kemaslahatan dari segi agama selalu mendahulukan sholat, zakat dan shodaqoh. Pemeliharaan jiwa ditinjau dari segi pemeliharaan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, pemeliharaan akal berupa larangan untuk minum minuman keras dan sejenisnya, pemeliharaan keturunan terdapat aturan dalam hal menikah dan larangan berzina, pemeliharaan harta diwujudkan dengan penerimaan upah yang adil bagi setiap karyawan. CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia juga tidak mengambil keuntungan secara berlebihan serta menjual barang sesuai kuantitas dan kualitas sesuai kesepakatan sehingga dapat dikatakan telah menjauhi riba.

Penelitian ini dapat memberikan saran kepada pihak CV. Oleindo Amana Sejahtera untuk memperbaiki etika bisnis Islam dan proses yang ada dalam perusahaan. Selain itu, diharapkan kepada perusahaan atau pelaku usaha lainnya agar dapat menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dan benar sesuai dengan ajaran Islam.

Kata kunci: etika bisnis Islam, pemikiran Al-Ghazali.

ABSTRACT

Business is one of the economic activities carried out in order to be mutually beneficial for the perpetrators. Islam states that ethics in doing business must be in accordance with sharia values. In the book of Ihya' Ulumuddin Al-Ghazali explains the ethics in doing business, namely *al-dunya mazra'atul akhirah* (the world is the field of the hereafter), Benefit, good values, far from usury. This study aims to examine first, the supporting and inhibiting factors of the application of Islamic business ethics to CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. Second, Islamic business ethics on CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia in the perspective of Imam Al-Ghazali.

The method carried out in this study is descriptive qualitative. Data collection in this study was carried out through observation, documentation, and interviews with CV owners, employees, and consumers. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. The descriptive data analysis used is in the form of a process of analyzing, describing and summarizing phenomena or events from data obtained through the process of direct observation in the field or interviews.

The results of this study there are supporting and inhibiting factors for the application of Islamic business ethics. Supporting factors are divided into two external and internal factors. External factors are good cooperation and consumer satisfaction with the products and prices offered. Internal factors are the owner's trust in Allah Almighty, the justice given to the buyer, and the majority of consumers are Muslims. Meanwhile, the inhibiting factor is the lack of maximum service provided to buyers due to different employee attitudes. Application of Islamic business ethics to CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia in Imam Al-Ghazali's perspective, namely the virtue of making a living, should not only be concerned with worldly affairs but for provisions in the afterlife. There is also the maintenance of benefit in terms of religion which always precedes prayer, zakat and shodaqoh. Life maintenance in terms of maintaining the occupational health and safety of employees, maintenance of reason in the form of prohibition of drinking liquor and the like, maintenance of offspring there are rules in terms of marriage and the prohibition of adultery, the maintenance of property is realized by the receipt of a fair wage for each employee. CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia also does not take excessive profits and sells goods according to quantity and quality according to the agreement so that it can be said to have stayed away from usury.

This research can provide advice to the CV. Oleindo Amana Sejahtera to improve Islamic business ethics and existing processes in the company. In addition, it is expected for companies or other business actors to be able to apply Islamic business ethics properly and correctly in accordance with Islamic teachings.

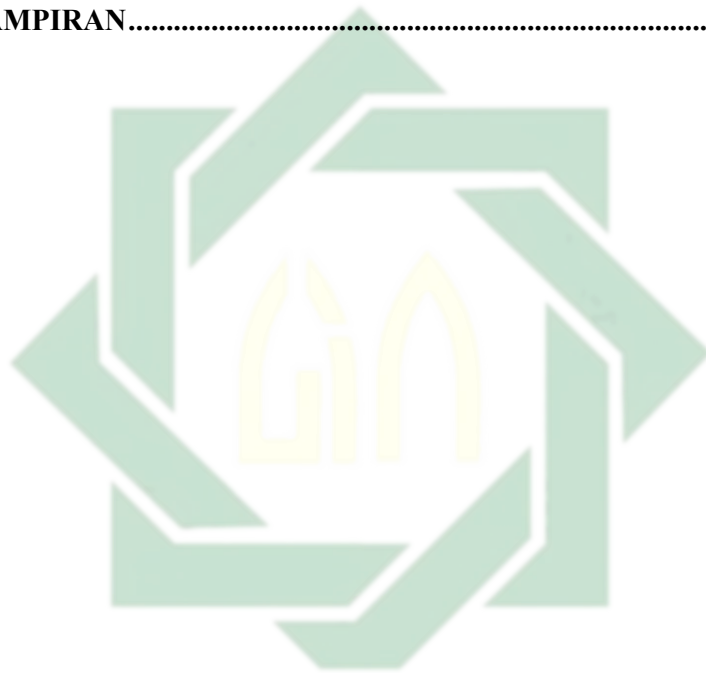
Keywords: Islamic business ethics, Al-Ghazali's thought

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
DECLARATION.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Aspek Teotiris	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Kerangka Teori.....	11

2.2.1	Etika Bisnis	11
2.2.2	Etika Bisnis Islam	14
2.2.3	Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Konseptual	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Lokasi Penelitian	43
3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.6	Triangulasi Data	48
3.7	Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Gambaran Umum CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia	53
4.1.1	Sejarah CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia	53
4.1.2	Visi Misi CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia	54
4.1.3	Struktur Organisasi CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia	55
4.2	Faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.....	55
4.3	Penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam prespektif Imam Al-Ghazali.....	59

BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Konsep.....	42
Bagan 2 Struktur Organisasi CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.....	55



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia di muka bumi ini mendapat amanah dari Allah SWT yaitu guna memberdayakan, mengelola serta menjaga secara optimal sumber daya guna mensejahterakan semua makhluk. Untuk sampai pada tujuan tersebut, Al-Qur'an diturunkan oleh Allah untuk dipakai sebagai petunjuk di berbagai permasalahan diantaranya seperti akhlak, syariah, dan aqidah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Prinsip yang termuat pada al-Qur'an hanyalah prinsip umum untuk sejumlah permasalahan hukum Islam, terkhusus sesuatu yang sifatnya muamalah (Aziz, 2013).

Bisnis yang dijalankan saat ini diharapkan agar senantiasa sesuai pada prinsip bisnis Nabi Muhammad yaitu bersyariat Islam sesuai al-Qur'an serta Sunnah. Apalagi manusia sekarang ini banyak yang hanya memikirkan dirinya sendiri sehingga akan muncul transaksi spekulat. Beberapa nilai moralitas dalam kehidupan pada masa Rasulullah SAW sangatlah diperhatikan bahkan hingga awal kerasulannya yaitu beliau selaku seorang pengawas pasar yang cermat hingga akhir hayatnya serta menjadi pelaku ekonomi yang aktif. Selain itu pengalaman dagangnya juga sudah dimulai sejak beliau usianya 12 tahun. Tujuan utama Rasulullah berdagang ialah untuk berdakwah sehingga dapat menjadikan

sarana untuk memberikan nasihat kepada umatnya melalui kegiatan muamalah (Wahyuningsih dkk., 2021).

Arti dari ekonomi Islam yaitu suatu ilmu pengetahuan sosial dengan mengkaji mengenai permasalahan ekonomi sesuai nilai Islam. Ada perbedaan antara sistem ekonomi koperasi atau ekonomi syariah dengan negara kesejahteraan (*Welfare State*), sosialisme ataupun kapitalisme. Tidak sama dengan kapitalisme sebab dalam Islam ada pertentangan eksploitasi pemilik modal terhadap buruh miskin, selain itu juga melarang menumpuk kekayaan. Tidak hanya itu saja, dalam mata Islam ekonomi yaitu sebuah anjuran atau tuntutan kehidupan dengan dimensi ibadah yang diaplikasikan pada etika dan moral (Menita, 2017).

Dalam hubungannya mengenai etika bisnis dalam Islam, sehingga adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhannya serta manusia dengan manusia dan lingkungannya menjadi landasan filosofis yang wajib dibangun pada pribadi muslim. Setiap muslim yang beraktivitas atau berbisnis akan merasakan adanya Tuhan di tiap aspek kehidupannya apabila mereka berpegang pada landasan ini. Hal tersebut dikarenakan arah tujuan dari bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada dunia saja namun harus memiliki kejelasan visi akhirat. Sesuai kerangka pemikiran di atas sehingga masalah terkait dengan etika bisnis menjadi hal penting dalam ekonomi Islam. (Muhayatsyah, 2020)

Arti dari bisnis yaitu aktivitas dengan tujuan memproduksi barang dan jasa yang masyarakat butuhkan dan diprioritaskan pada profit dengan menghasilkan barang atau jasa, dimana aktivitas tersebut dapat mencukupi

keinginan serta kebutuhan ekonomi masyarakatnya, sebuah perusahaan yang diorganisasi untuk ikut serta dalam aktivitas tersebut.

Perusahaan banyak yang yakin bahwasanya prinsip bisnis yang baik yaitu bisnis yang memiliki etika, dimana bisnis tersebut berkinerja secara berkesinambungan juga unggul serta sesuai kaidah etika dan selaras dengan peraturan serta hukum yang ada. Kegunaan dari etika bisnis dapat dijadikan sebagai standar sekaligus juga pedoman kepada semua karyawan termasuk manajemen dan menjadi pedoman dalam melakukan aktivitas keseharian dengan sikap yang profesional, moral yang transparan, jujur dan luhur. Akan tetapi kenyataannya, banyak seseorang yang menjalankan bisnis hanya untuk menciptakan keuntungan tanpa sesuai etika bisnis yang berlaku. Norma banyak yang diabaikan oleh bisnis.

Ada suatu hubungan antara etika dengan tata cara hidup atau norma-norma yang baik, semua kebiasaan yang diwariskan dan dianut dari satu generasi ke generasi lainnya. Sehingga asal kata etik (*ethics*) yaitu dari bahasa Yunani: "*ethos*" yang memiliki arti karakter, perilaku, perasaan, akhlaq, kebiasaan dan adat yang diberlakukan dalam hubungannya dengan aktivitas manusia. Sehingga, etika yaitu standar perilaku, norma dan prinsip yang menegaskan individu ataupun kelompok yang membandingkan benar ataupun salah (Nawatmi, 2010).

Pandangan etika dan bisnis dalam ekonomi Islam tidak hanya bisa dipandang dari dua hal yang saling berlawanan, karena berbisnis menjadi simbol duniawi yang pula termasuk bagian integral dari suatu hal yang sifatnya

investasi akhirat. Berarti, apabila upaya investasi akhirat dan orientasi bisnis (diniatkan ibadah serta termasuk rasa patuh kepada Tuhan), sehingga bisnis itu sendiri haruslah selaras akan kaidah moral berdasar keimanan pada akhirat. Arti bisnis itu dalam Islam tidak dibataskan pada urusan dunia, namun meliputi semua aktivitas kita di dunia yang “dibisniskan” (niat ibadah) dengan tujuan meraih pahala akhirat atau keuntungan (Achmad, 2011).

Tujuan dari etika berbisnis Islam yaitu manusia diajarkan untuk membina kerja sama, mengajak saling membantu, menghindari sifat dendam dan dengki serta yang tidak sesuai nilai syariah. Selain itu etika bisnis pula menjadi pengatur aktivitas pedagang. Hal itu dikarenakan etika secara filosofi berdasar pada agama serta nilai nalar ilmu untuk menilai. Sehingga setiap seseorang yang menjalankan ekonomi baik pebisnis atau pedagang harus mempunyai prinsip pengetahuan etika bisnis Islam.

Pemahaman masyarakat bahwasanya berbisnis yaitu sarana yang bertujuan dalam mencari laba sebanyak mungkin. Banyak perusahaan dalam dunia bisnis yang menghalalkan segala cara dalam mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya yakni seperti berusaha seefisien dan seefektif mungkin dalam mendapatkan bahan baku, pemasaran dan distribusinya, sistem operasional, para pekerja, pengolahan bahan baku dan bahan yang dipakai. Hal tersebut tidak mengherankan apabila tanggung jawab sosial jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis serta mengabaikan etika bisnis (Saifullah, 2011).

Masyarakat juga menyatakan bahwasanya etika yang ada di suatu bisnis tidak harus ada dikarenakan hal itu akan menjadikan income yang akan diperoleh menjadi terhambat. Sesuai pendapat Imam Al-Ghazali, etika begitu krusial untuk diikuti setakan dalam berbisnis. Ada pembahasan terkait pentingnya etika dalam bermu'amalah (berbisnis) dalam karyanya yang sangat terkenal yakni buku Ihyaa Ulumudiin. (Nisa', 2016)

Sesuai penjabaran dari Imam Al-Ghazali bahwasanya arti dari Akhlak yaitu sifat yang terdapat pada jiwa (manusia), yang bisa menciptakan suatu tindakan yang mudah dikerjakan tanpa maksud berpikir (lebih lama). Apabila sifat itu menciptakan tindakan terpuji sesuai norma agama dan akal disebut dengan akhlak yang baik. Namun apabila tindakan yang dihasilkan itu jahat maka disebut akhlak yang buruk. Disamping itu Al-Ghazali juga melihat tujuan akhir dengan keselamatan, akan tetapi tak ingin kewajiban duniawai diabaikan hanya untuk pencarian keselamatan tersebut. Perilaku serta niat individu harus sesuai aturan ilahi di setiap aktivitas ekonomi dan beliau pada akhirnya mengatakan bahwasanya perkembangan ekonomi adalah sebagian dari kewajiban sosial yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. (Muhayatsyah, 2020)

Etika bisnis Islami yaitu upaya serta proses guna melihat beberapa hal dirasa benar dan salah dan untuk kedepannya pasti berbuat hal yang benar. Berperilaku penuh moral dan tanggung jawab, standar serta konsep umum untuk perilaku moral dalam bisnis, kualitas moral kebijaksanaan organisasi. Budaya moral atau kebiasaan yang menyangkut kegiatan bisnis di perusahaan yaitu etika berbisnis Islami.

Peran dari etika berbisnis syariah serta norma dalam ekonomi Islam begitu penting, hal tersebut dikarenakan tiap individu tidak boleh berbuat dzalim pada individu lainnya dan menjaga amanah saat individu tersebut berinteraksi dalam bidang ekonomi. Sedangkan perbuatan tersebut tidak akan mungkin seseorang kerjakan jika seseorang tersebut tidak mempunyai akhlak yang baik. Pandangan Imam Al-Ghazali, sudah berhasil menggabungkan ajaran moral (*al-Tasawuf*) dengan hukum Islam (*Fiqh*) sehingga peneliti tertarik lebih lanjut menganalisis dalam teori etika bisnis Islam menurut Imam Al-Ghazali.

CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia Sidoarjo atau yang biasa disebut dengan CV. Oase Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam komoditi minyak goreng dengan merk “Lentera Mas”. Perusahaan tersebut memiliki misi sebagai pengemasan minyak kelapa sawit yang mengutamakan kualitas dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan disertai perbaikan yang berkelanjutan. Dalam misinya perusahaan ini telah menerapkan bisnis Islam yakni menerapkan nilai-nilai keagamaan dalam setiap bisnisnya, merespon tanggapan konsumen dengan baik, meluangkan sedikit dari omset perusahaan untuk amal, selalu mengupgrade produk sesuai dengan permintaan pasar, serta produk yang diperjual belikan halal yang menunjukkan bahwa CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia ini telah menerapkan bisnis Islam. Penerapan kegiatan tersebut termasuk dalam aspek teitis, etis, realistis, dan humanistik.

Dalam setiap pelaku bisnis harus memikirkan terkait etika bisnis yang telah dijalaninnya. Seseorang yang menjalankan aktivitas ekonomi baik pedagang atau pembisnis haruslah mutlak mempunyai prinsip pengetahuan terkait etika bisnis. CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam mendirikan perusahaan agar lebih mengurangi resiko namun dalam perkembangannya perusahaan masih belum sepenuhnya menerapkan hal tersebut. Permasalahan pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan kepada pembeli disebabkan sikap karyawan yang berbeda-beda. Contohnya disaat ada keterlambatan produksi barang karyawan tidak langsung konfirmasi melainkan menunggu para pelanggan untuk konfirmasi terlebih dahulu dan apabila terjadinya sebuah komplain dari pelanggan diproses cukup lama dan harus adanya sebuah bukti produk sesuai SOP perusahaan.

Sesuai uraian di atas maka tema yang akan penulis angkat yakni berjudul “Etika Bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam Prespektif Imam Al-Ghazali”. Penelitian ini penting dilakukan untuk meningkatkan etika bisnis Islam serta mengetahui faktor yang mendukung implementasi etika bisnis Islam.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap pada penelitian sebelumnya. Mengacu pada hasil riset dari Isnaini Nur Arifin (2018) penelitian tersebut menyimpulkan konsep etika bisnis Islami diantaranya, kebajikan, tanggung jawab, kehendak bebas, keseimbangan, keesaan. Sedangkan Isma Ramadhani (2019) menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam yaitu perilaku,

sikap dan etika yang diterapkan dalam bertransaksi, dan saat bertransaksi bisa memenuhi syarat sesuai etika bisnis Islam.

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Sesuai uraian di atas, sehingga bisa diidentifikasi beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain:

- a. Lemahnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.
- b. Kurang terpenuhinya hak pembeli pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.
- c. Faktor yang mendukung dan menghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.
- d. Penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam perspektif Imam Al-Ghazali

2. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah supaya penelitian ini tidak meluas yaitu dalam aspek:

1. Faktor yang mendukung dan menghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia
2. Penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam perspektif Imam Al-Ghazali.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai pemaparan di atas, peneliti dapat membuat rumusan masalah antara lain:

1. Apa saja faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam prespektif Imam Al-Ghazali?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, sehingga tujuan penelitian ini meliputi:

1. Diketuinya Faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia
2. Diketuinya penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam prespektif Imam Al-Ghazali.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut ini sejumlah manfaat yang hendak diraih oleh peneliti diantaranya:

1.5.1 Aspek Teotiris

Menambah pengetahuan akan etika bisnis Islam pada CV.

Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam Perspektif Imam Al-Ghazali.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian mengenai pengelolaan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam Perspektif Imam Al-Ghazali harapannya bisa menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen untuk sumber daya manusia di perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Harapannya penelitian ini bisa memberi tambahan wawasan serta pengetahuan peneliti khususnya terkait dengan pengelolaan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam Perspektif Imam Al-Ghazali.

3. Bagi Akademis

Harapannya penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya terkait penerapan etika bisnis Islam.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kerangka Teori

2.2.1 Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Peran etika bisnis perusahaan begitu penting dalam membentuk perusahaan yang berkemampuan dalam memperoleh nilai yang tinggi (*value-creation*), berdaya saing tinggi dan kokoh. Hal tersebut bisa diraih yaitu dengan etika perusahaan konsekuen dan konsisten, budaya perusahaan yang handal mendukung sistem prosedur yang transparan, organisasi yang baik serta perencanaan strategis. (Hasoloan, 2018)

Arti dari etika bisnis yaitu cara yang dilakukan dalam berbisnis, meliputi semua aspek yang berhubungan dengan masyarakat, industry, perusahaan, dan juga individu. Semua aspek tersebut meliputi bagaimana seseorang menjalankan bisnisnya dengan tidak ketergantungan pada kedudukan perusahaan atau individu di masyarakat, sesuai pada hukum yang berlaku, dan adil.

Selain itu juga diartikan sebagai studi yang khusus membahas bentuk moral yang salah dan benar. Studi tersebut mengarah pada standar moral sebagaimana diaplikasikan dalam bisnis, instansi serta

Perilaku kebijakan. Studi standar formal serta bagaimana standar itu dipakai di organisasi dan sistem yang ada di masyarakat modern dalam mengirimkan serta memproduksi barang dan jasa serta diaplikasikan pada individu yang ada di organisasi yaitu arti dari etika bisnis.

Jangkauan dari etika bisnis sangatlah luas sesuai pengaturan yang ada dalam hukum, selain itu juga menjadi standar yang lebih tinggi jika dibanding standar minimal ketentuan hukum, sebab seringkali pada aktivitas bisnis kita menjumpai wilayah abu-abu tanpa aturan hukum. (Durin, 2020)

Etika Bisnis artinya sekumpulan norma dan prinsip yang mana para pelaku bisnisnya haruslah komitmen padanya dalam berperilaku, berelasi, dan berinteraksi untuk meraih tujuan bisnis secara aman. Sehingga dapat disimpulkan etika bisnis adalah suatu segmen terapan dengan mencoba memeriksa serta mengendalikan pengaturan etika dan moral perusahaan. Hal yang dikaji dalam etika bisnis yaitu mengenai seberapa baik buruknya badan usaha terhadap masalah etika dan moral dengan memperlihatkan apa yang salah dalam proses yang dialami sehingga meliputi keseluruhan aspek bisnis dari produksi sebagai pemasaran, keuangan serta administrasi. Hal tersebut pula diterapkan bagi sejumlah industri serta bisa normatif atau deskriptif dalam disiplin. (Hasoloan, 2018)

2. Prinsip Etika Bisnis

Etika bisnis yaitu sebuah cara yang dipakai pada aktivitas bisnis, meliputi keseluruhan aspek yang menyangkut perihal masyarakat, perusahaan dan individu. Etika bisnis pada perusahaan bisa menciptakan perilaku, norma dan nilai pimpinan serta karyawan dalam menciptakan hubungan yang sehat dan adil bersama masyarakat, pemegang saham, pelanggan/mitra kerja.

Sebuah prinsip bisnis yang diyakini perusahaan baik yaitu bisnis yang beretika, artinya bisnis tersebut mempunyai kinerja yang berkesinambungan dan unggul yang sesuai kaidah etika berdasar pada peraturan serta hukum yang diberlakukan. Etika Bisnis bisa dijadikan sebagai pedoman serta standar bagi semua karyawan termasuk manajemen dan dijadikan pedoman dalam menjalankan aktivitas keseharian sesuai sikap yang profesional, moral yang transparan, jujur dan luhur.

Sesungguhnya beberapa prinsip yang diberlakukan pada aktivitas bisnis yang baik secara umum tidak terlepas dari kelangsungan hidup manusia. Prinsip tersebut sangatlah berkaitan erat dengan sistem nilai yang dianut oleh setiap masyarakat. Sesuai pendapat Sonny Keraf (1998) terdapat sejumlah prinsip etika bisnis yakni prinsip integritas moral, saling menguntungkan, keadilan, kejujuran, dan otonomi. (Surajiyo, 2016)

2.2.2 Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Artinya dari etika bisnis dalam Islam yaitu sekumpulan perilaku etis bisnis yang berdasar pada nilai syariah dengan mengutamakan hal yang halal dan haram. Sehingga diartikan perilaku etis tersebut yakni perilaku yang etis itu yakni perilaku yang sesuai apa yang diperintahkan oleh Allah dan menjauhi larangannya. Etika bisnis ini dalam Islam telah banyak dimuatkan di sejumlah literatur dan sumber utamanya yaitu al-Qur'an dan sunnah rasul.

Harapannya para pelaku bisnis berperilaku etis di berbagai aktivitas kesehariannya. Elemen pokok dalam meraih kesuksesan berbisnis di kemudian hari yaitu dengan kejujuran, keadilan dan kepercayaan. Hal yang mempengaruhi bisnis tidak hanya kondisi dan situasi ekonomi, namun juga dipengaruhi perubahan teknologi, ekonomi, politik dan sosial serta pergeseran cara pandang dan sikap para stakeholdersnya. Bisnis tidak dilihat dari cara pandang yang sempit yaitu untuk meningkatkan secara maksimal nilai bagi pemiliknya, namun bisnis tetap ada pertimbangan hal-hal yang bisa berpengaruh pada capaian tujuan tersebut (Amalia, 2013).

Sesuai pendapat Muhammad Djakfar etika bisnis Islam yaitu norma etika berbasis al-Qur'an dan Hadits yang wajib dipakai untuk acuan oleh siapa saja saat mengoperasikan aktivitas bisnis. Artinya

bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, etika bisnis modern bukan hanya cukup dipandang secara partialistik saja tetapi dalam segi fungsinya secara utuh (*holistic*). Etika bisnis Islam harus ditempatkan sebagai komoditas akademik yang dapat menciptakan sebuah cabang keilmuan dan juga menjadi tutunan para pelaku bisnis saat menjalankan usahanya. (Djakfar, 2012).

Maka didapatkan kesimpulan bahwasanya etika bisnis Islam yaitu pemahaman mengenai baik dan benar bagi berbagai institusi, teknologi, aktivitas, usaha, dan transaksi sesuai ajaran Islam yang berasal dari al-Qur'an dan sunnah.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Allah SWT merupakan sumber tata nilai salah satunya di dalam ajaran agama Islam yang memberi petunjuk supaya manusia selamat di dunia dan akhirat serta mengatur kehidupan manusia yang sifatnya gaib dan nyata. Allah SWT juga sebaiknya-baiknya Dzat yang memberi petunjuk bagi umatnya. Prinsip yang wajib diterapkan dan diakui secara bersama yaitu suatu keyakinan bahwasanya ada Tuhan dan yakin akan suatu hal gaib yang kemungkinan jawabannya tidak akan dimuatkan secara ilmiah dan ini juga dibentuk dengan ukuran terbatas hanya pada indera. Etika dalam perihal politik, bisnis dan ekonomi tidak akan lepas dari dua sumber yang ada di dalam al-Qur'an dan Hadis. Rasulullah ialah sebagai praktisi diberagam hal,

termasuk perihal berbisnis. Praktik bisnis yang dilakukan beliau ialah menjadi sumber etika sekaligus praktik bisnis di dalam Islami. (Rianti, 2021)

Bisnis yang transparan serta perdagangan yang jujur sangatlah dianjurkan, direkomendasikan dan dihargai. Bila etika dagang tersebut dipatuhi oleh seorang muslim, dengan harapan usahanya dapat mengalami perkembangan pesat sebab senantiasa mendapat berkah dari Allah SWT. Sesuai Q.S. an-Nisa (4): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang)batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Departemen Agama RI, 2005)

Ada keseimbangan atau keadilan dalam kaidah perilaku individu. Umat Islam menjadi umat pilihan serta adil, sebab mereka akan selaku saksi dari orang yang berbuat tidak benar baik di dunia

ataupun akhirat. Sebagaimana pada Q.S. al-Baqarah (2): 143 dijelaskan:

وَكَذَلِكَ ۞ عَلَّمْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ
وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۞ وَمَا ۞ عَلَّمْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي
كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعُ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَى
عَقْبَيْهِ ۗ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ
اللَّهُ لِيُضِلَّكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرَّءُوفٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Dan Kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan agar Kami mengetahui (supaya nyata) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. Dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa amat berat, kecuali bagi orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah; dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia” (Departemen Agama RI, 2005).

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Hal yang diatur dalam etika bisnis Islam yaitu berbagai usaha yang dikerjakan berdasar tatanan ajaran agama Islam. Umumnya dalam etikan bisnis Islam terdapat fungsi khusus. Sesuai pendapat Johar Arifin fungsi etika bisnis Islam antara lain (Kawasati, n.d.) :

- a. Etika bisnis dengan upaya untuk menemukan cara untuk menyamakan sejumlah kepentingan yang ada di dunia bisnis.

- b. Etika bisnis pula memiliki peran untuk selalu merubah kesadaran bagi masyarakat terkait perihal berbisnis, khususnya bisnis Islami. Dalam pemberian cara pandang serta pemahaman baru terkait bisnis dapat dengan cara mempergunakan landasan nilai-nilai spiritualitas juga moralitas.
- c. Etika bisnis berperan dalam memberi satu solusi atas sejumlah permasalahan bisnis modern yang makin tertinggal dari nilai-nilai etika. Artinya bisnis yang menjunjung etika haruslah benar-benar mengarah pada al-Qur'an dan sunnah" (Kawasati, n.d.).

4. Konsep Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam memiliki peran menjadi pembeda antara buruk dan baik, salah dan benar, kewajiban, serta prinsip-prinsip lainnya yang diaplikasikan dalam dunia bisnis (Saifullah, 2011b). Etika bisnis Islam ialah upaya dan proses guna menilai salah dan benar yang berkaitan tentang produk dan pelayanan perusahaan kepada pihak yang memiliki kepentingan terhadap apa yang dituntut oleh perusahaan. Hal yang dipelajari saat menerapkan etika bisnis Islam ialah belajar mengenai konsep umum, kualitas moral kebijaksanaan organisasi, serta standar perilaku etis di dalam bisnis, bertindak secara bermoral dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, etika bisnis Islam adalah budaya moral terkait operasional menjalankan usaha (Aziz, 2013:35).

Arti dari etika bisnis Islam yaitu tuntunan dalam pengelolaan bisnis yang sesuai pada hukum yang sudah dirancang oleh para ahli fikih, al-Qur'an dan Hadis. Konsep etika bisnis diantaranya:

a. Kesatuan

Gambaran dari kesatuan yaitu direfleksikan pada konsep tauhid yang menggabungkan seluruh aspek kelangsungan hidup muslim baik di bidang sosial, politik atau ekonomi dijadikan sebagai kesatuan yang homogen, serta memprioritaskan konsep keterpaduan serta konsistensi sosial, ekonomi dan agama demi menciptakan sebuah kesatuan. Seperti patuh dalam mentaati perintah Allah.

Mengacu konsep ini dalam kegiatan berbisnis, seorang pelaku usaha dilarang:

- 1) Serakah atau menimbun kekayaan. Secara hakikatnya kekayaan sebagai amanat Allah.
- 2) Diskriminasi antara pekerja, mitra kerja, penjual, pembeli atas dasar dipertimbangkannya agama, jenis kelamin, warna kulit, atau ras.
- 3) Terpaksa atau dipaksa menjalankan praktik mal bisnis, sebab hanya Allah lah yang mestinya dicintai dan ditakuti.

b. Keseimbangan

Hal yang sangat dianjurkan dalam Islam yaitu sikap adil pada saat berbisnis dan dilarang untuk berbuat curang atau zalim.

Allah mengutus Rasulullah untuk menciptakan sebuah keadilan. Seseorang yang berbuat kecurangan yakni jika individu yang jika menerima takaran dari individu diharuskan terpenuhi, sedangkan jika menimbang atau menakar untuk individu lain selalu dikurangi. Dalam berbisnis islam, Islam menganjurkan untuk selalu bertindak adil, termasuk para pihak yang tidak disukainya (Fauroni & Lukman, 2002).

Contoh perbuatan yang tidak baik adalah ketika menakar atau menimbang barang meminta orang lain untuk memenuhinya akan tetapi ketika menakar untuk individu lain selalu dikurangi. Di dunia bisnis kecurangan merupakan hal yang sangat menodai etika bisnis Islam karena pada dasarnya kunci kesuksesan berbisnis ialah keadilan. Maka dalam Al-Qur'an menegaskan kepada umat muslim agar selalu melakukan keseimbangan dalam menakar dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan.

Dalam berbisnis, Islam menganjurkan untuk selalu bertindak adil. Definisi adil dalam islam diartikan sebagai hak seseorang yang harus dipenuhi seperti halnya mestinya (berdasar pengaturan Syariah). Sebab orang yang memiliki ketaqwaan adalah orang yang berbuat adil. Seorang pebisnis muslim harus mengutamakan keseimbangan hidup di dunia dan akhirat. Maka dari itu, konsep keseimbangan diartikan sebagai penyeruan kepada para pengusaha muslim untuk dapat mengaplikasikan aktivitas

berbisnis secara baik dan adil dengan orang lain demi keselamatan di akhirat dan kesejahteraan duniawi.

c. Kehendak bebas

Bagian terpenting yang ada di dalam nilai etika bisnis Islam yaitu kebebasan, namun kepentingan kolektif tidak merasa dirugan atas kerugian tersebut. Tidak ada batasan pada kepentingan individu mengenai batasan pendapatan bagi individu yang mendorong manusia untuk aktif bekerja dan berkarya dengan berbagai kecakapan yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus memenuhi kebutuhan pribadinya tanpa batas dengan manusia berkewajiban kepada masyarakatnya lewat sedekah, zakat, dan infak.

Kemampuan manusia dalam bertindak tidak dipaksakan dari luar. Kebebasan berkehendak pula tidak lepas dari posisi manusia selaku Khalifatullah di muka bumi. Manusia diberikan kebebasan berkehendak untuk mengendalikan hidupnya sendiri namun harus sesuai tuntunan hukum yang telah diciptakan oleh Allah SWT. Lalu diberikannya juga kemampuan untuk berpikir dan mengambil keputusan dalam menentukan jalan hidupnya dan paling pentingnya untuk bertindak sesuai aturan yang diinginkan. Sebagaimana dalam bermuamalah, mekanisme pasar diciptakan sendiri secara bebas oleh pebisnis itu sendiri tanpa adanya riba, penzaliman, dan maysir gharar. Maka, kebebasan sehubungan

erat dengan keseimbangan dan kesatuan (Fauroni & Lukman, 2002).

d. Tanggung Jawab

Hal yang tidak mungkin dikerjakan oleh manusia sebab tidak menuntut adanya akuntabilitas serta pertanggungjawaban yaitu kebebasan tanpa batas. Manusia perlu bertanggung jawab atas perbuatannya secara logis dalam pemenuhan tuntunan kesatuan dan keadilan, dimana prinsip ini erat kaitannya dengan kebebasan berkehendak. Prinsip tersebut membatasi tentang apa yang bebas dikerjakan oleh manusia dengan mempertanggungjawabkan atas semua perbuatannya. Dapat dipenuhinya tuntunan kesatuan dan keadilan, manusia perlu mempertanggungjawabkan perbuatannya. Secara logis, prinsip ini sehubungan erat dengan kebebasan berkendak. Manusia sendiri yang menetapkan apa yang harus dibuatnya disertai juga ada pertanggungjawaban di dalamnya.

Di dunia berbisnis, terdapat dua sisi dalam merealisasikan pertanggungjawaban yaitu sisi vertikal (kepada Allah SWT) dan sisi horizontalnya terhadap sesama manusia. Seorang muslim harus yakin bahwa Allah SWT akan senantiasa melihatnya dan harus ada pertanggungjawaban atas apa yang dilakukannya baik di akhirat ataupun dunia. Sementara dari sisi horizontalnya kepada manusia atau konsumen, dalam berbisnis, pertanggungjawaban diwujudkan

secara kejujuran, transparan (keterbukaan), berbuat baik di segala urusan, dan pelayanan yang optimal (Fauroni & Lukman, 2002).

e. Kejujuran, kebajikan dan kebenaran

Maksud kebenaran dalam konteks bisnis yaitu perilaku, sikap dan niat benar yang terdiri dari proses berakad, proses mendapatkan komoditas pengembangan ataupun sewaktu proses upaya meraih keuntungan. Kebenarannya dalam konteks ini, disamping berisikan makna kebenaran lawan dari kesalahan, juga berisikan dua unsur, yakni kejujuran dan kebajikan. Kebenaran dalam konteks bisnis ditujukan sebagai perilaku, niat, dan sikap benar yang berisi proses berakad, proses mendapatkan komoditas pengembangan, dan proses upaya mencari laba. Adanya prinsip kebenaran ini, dalam etika bisnis Islam sangatlah menjaga dan memperlakukan preventif terhadap kemungkinan terjadinya merugi dari salah satu pihak dalam bertransaksi, bekerja sama, atau dalam perjanjian berbisnis. (Warjo, 2013)

Dalam beretika bisnis islam, para pebisnis muslim dapat ditunjang oleh sejumlah perbuatan yakni dari motif pelayanan yang baik, kemurahan hati, dan kesadaran akan keberadaan Allah SWT, sekaligus aturan yang harus diprioritaskannya. Dalam pandangan islam, sikap ini harus dipenuhi dalam menjalankan bisnis. Karena dengan sikap kebijakan, kejujuran, dan kebenaran, maka secara otomatis suatu bisnis akan tercipta persaudaraan. Persaudaraan

yang saling menguntungkan tanpa ada penyesalan sedikitpun di antara pihak yang berkepentingan bisnis. Maka dapat dilakukan secara transparan sikap kebijakan, kejujuran, dan kebenaran di dalam semua proses bisnis. Dalam Al-Qur'an mempertegas untuk tidak bersifat bathil, menzhalimi, ataupun merusak di dalam berbisnis. Sebaliknya harus bersifat sukarela dan kesadaran (Natadiwirya, 2007).

2.2.3 Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali

2.2.3.1 Riwayat Imam Al-Ghazali

Bernama lengkap Al-Ghazali yaitu Muhammada ibnu Muhammad Abu Hamid al-Ghazali Al-Thu'si al-Syafi'i, beliau dikenal selaku imam besar (hujjah al-Islam). Al-Ghazali lahir tahun 450 H/1058 M di sebuah kampung yang namanya Gazalah, Tusia. Sejak kecil Al-Ghazali terkenal selaku anak yang sangat cinta pada ilmu pengetahuan dan sangat menggandrungi kebenaran hakiki. Lalu tanggal 14 Jumadal Akhir 505 H/1111 M, Al-Ghazali meninggal dunia. Beliau merupakan sosok penulis sekaligus ilmuan yang sangat produktif, juga beliau orang yang ikut serta berpengaruh dalam perkembangan ilmu pengetahuan termasuk juga Pascall, Aquinas, Thomas, dan Raymond Martin yang ikut terpengaruh oleh pemikiran Al-Ghazali di abad pertengahan, dan sangat

menyita perhatian dunia, baik kalangan muslim ataupun non muslim (Achmad, 2013)

Al-Ghazali terlahir dari keluarga sederhana, dimana ayahnya seorang pengrajin wol sekaligus pedagang hasil tenunnya sendiri. Selain itu ayah al-Ghazali merupakan seorang yang taat beragama. Al-Ghazali juga dikenal dengan julukan Hujjatul Islam, alasan yang menjadikan al-Ghazali memiliki julukan tersebut dikarenakan wawasan dan pengetahuannya yang luas dalam berbagai macam disiplin ilmu agama (Mubarak, 2020).

Perjalanan pertama al-Ghazali dalam menuntut ilmu dimulai dari ayahnya, al-Ghazali diajarkan tentang al- Qur'an dan dasar ilmu agama (Fahmi, 2014). Kemudian sesudah wafat ayah al-Ghazali, beliau meneruskan belajar kepada teman ayahnya yang merupakan seorang ahli di bidang tasawuf.

Setelah itu, al-Ghazali belajar kepada Imam Haramain. Dari beliau, al-Ghazali mampu mendalami ilmu mantiq dan kalam, dan berkat ketekunannya dalam belajar, disebutkan oleh Abdul Ghafur al-Farisi bahwa al-Ghazali berhasil menjadi seorang pembahas terpintar pada zamannya.

Meskipun kejayaan telah didapatkan, al-Ghazali tetap setia kepada gurunya hingga akhir hayatnya di tahun 478 H. Sebelum wafat gurunya, beliau mengenalkan al-Ghazali dengan

perdana menteri Sultan Saljuk Malik Syah sekaligus pendiri madrasah al-Nizamiyah. Sesudah wafat gurunya, al- Ghazali melanjutkan perjalanan ke negeri Askar untuk bertemu Nizam al-Mulk. Setelah itu, beliau mendapatkan kehormatan untuk melakukan perdebatan dengan ulama' dan dari kemengan itu al-Ghazali semakin dikenal dan disegani. Kemudian di tahun 484 H al-Ghazali mendapatkan gelar selaku guru besar di madrasah Nizamiyah.

2.2.3.2 Pemikiran Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali

Sebagaimana pendapat dari Al-Ghazali, etika (akhlak) diartikan sebagai kondisi batin yang menjadi sumber lahiriah dari perbuatannya dimana perbuatan tersebut dilakukan secara spontan tanpa diperhatikannya untung rugi. Orang dengan akhlak baik tidak akan berpikir risiko apa yang terjadi jika mau menolongnya. Begitu pula orang dengan akhlak buruk secara spontan, mereka akan bertindak jahat jika ada peluang yang terbuka. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan nilai tambah lewat proses mengolah barang, menyerahkan barang, dan memperdagangkan barang.

Pemikiran Al-Ghazali mengenai ekonomi bisnis sesuai pendekatan tasawuf yaitu “sebab orang kaya dimasa itu beserta para pejabat pemerintah yang berwenang, sarat dengan pretise yang sempat menolak pendekatan filosofis dan fiqih dalam

mempercayai hari pembalasan (yaum al-hisab), yang dituangkan pada karyanya dalam kitab *Ihya' Ulumiddin*". Sesuai perspektif umum mengenai wawasan sosio ekonomi Al-Ghazali, bisa diidentifikasi sejumlah konsep dan prinsip ekonomi secara lebih spesifiknya.

Terdapat gagasan Al-Ghazali terkait etika yang haruslah dipeuhi dalam kegiatan berbisnis:

- a. *Al-Dunya Mazra'atul Akhirah* (Dunia adalah Ladang Akhirat)

Dunia hanya tempat sementara untuk manusia yang hendak mencari bekal hidupnya supaya di akhirat nanti memperoleh syafa'at dari Allah SWT. Bersifat saling berkesinambungan antara dunia dan akhirat, sebagaimana antara menanam dan memanen. Dalam artian apa yang manusia tanam sewaktu hidup di dunia, maka sebagaimana itu lah yang akan di tuai di akhirat nanti. Maka tidak baik seorang manusia hanya mengutamakan kesenangan duniawi hidupnya, tanpa teringat akhiratnya. Menurut Al-Ghazali bisnis diartikan sebagai kerja keras yang seseorang lakukan sewaktu hidup di dunia ini yang tidak hanya mencari kehidupan sesaat namun juga hidup di akhirat yang hakiki ini. Jika, berdagang niatkanlah untuk berusaha mencari nafkah yang halal, menjaga kesucian diri dari meminta-

minta, dan mendapatkan bekal yang bisa dipergunakan untuk bekal di akhirat. (Imam al-Ghazali, 2017).

Tujuan dari berdagang yaitu untuk mendapatkan harta yang halal maka jangan sampai urusan perdagangan menyibukkanmu dipasar dunia sehingga melupakan pasar akhirat. Agar urusan dunia tidak membuat melalaikan kepentingan akhirat maka harus membiasakan diri Ketika mendengar adzan langsung mendirikan shalat, tinggalkan apapun yang sedang dilakukan dalam urusan dunia.

Melakukan muamalah harus selalu berhati-hati agar muamalah yang dilakukannya tidak menghalangi atau mempersulit dirinya dalam perhitungan kelak dihari kiamat. Maka akan dituntut sesuai dengan niat dan hak-hak orang lain yang terdapat pada muamalah yang dilakukannya (Imam al-Ghazali, 2017).

Al-Ghazali mengemukakan ada 3 teori yang menyangkut tentang kegiatan manusia dan ekonomi, yakni (Ghazali, 1982):

- 1) Individu yang memprioritaskan pengabdianya kepada Tuhan maka lalai dalam memenuhi kebutuhan hidupnya di dunia, termasuk orang yang untung.

- 2) Individu yang memprioritaskan untuk mencari nafkah hidup di dunia, maka ia lupa untuk mengabdikan kepada tuhan, misalnya mereka orang yang celaka.
- 3) Individu yang memprioritaskan keduanya dan menciptakan usaha ekonomi sebagai perantara untuk memaksimalkan pengabdian kepada Allah, misalnya orang yang berbakti sesuai ajarannya Nabi Muhammad SAW.

Maka dari itu, Islam menganjurkan umatnya agar mencari pekerjaan sendiri tanpa berpangku tangan dan bermalasan. Perintah dalam islam menganjurkan bahwa kerja sebagai bentuk kewajiban bagi semua umat muslim, dimana secara hakiki status manusia dipengaruhi oleh produktivitas kerja yang didapatkannya. Adanya pemberian pedoman juga dari Al-Ghazali bahwa agar etika/akhlak lebih baik dan sempurna sewaktu beraktivitas bisnis dan ekonomi, yakni (Ghazali, 1982):

- 1) Di setiap harinya harus lebih meningkatkan akidah dan niat baik untuk mengawali berbisnis.
- 2) Memulai bisnis untuk memenuhi fardhu kifayah.
- 3) Kesibukan dalam berbisnis tidak membuat lupa akan Allah SWT.

- 4) Tetap ingat kepada Allah SWT sewaktu berbisnis misal dzikir sambil menjaga toko.
- 5) Tidak serakah juga rakus.
- 6) Selalu menghindari dari perbuatan yang syubhat ataupun haram.
- 7) Berupaya menghindarkan diri untuk melakukan kerja sama dengan individu yang tidak adil.

b. Kemashlahatan (Kesejahteraan Sosial)

Maslahat yang diinginkan Al-Ghazali bukan dari keinginan maslahat hawa nafsu manusia, namun termasuk kemaslahatan hakiki yang menyangkut kepentingan umum bukanlah segelintir orang saja. Bagi seorang mujtahid diharuskan memahami maqashid syari'ah yakni perkara yang tidak boleh diabaikan dan sangat penting. Al-Ghazali telah mengidentifikasi seluruh permasalahan yang berkaitan dengan kemaslahatan untuk membuat kesejahteraan social lebih meningkat. Berikut urutan tingkatannya sebagai berikut: (Ilyas, 2014)

- 1) *Dharuriyah*, berupa keseluruhan kegiatan dan hal-hal yang sifatnya esensial untuk pemeliharaan harta, keturunan, akal, jiwa, dan agama. Dari lima hal pokok mashlahah tersebut, ada larangan dari Allah SWT untuk murtag agar lebih menjaga agama, larangan mencuri

untuk menjaga harta, larangan berzina untuk menjaga keturunan, mewajibkan menuntut ilmu untuk memelihara akal, dan larangan membunuh untuk menjaga jiwa. Sebab semuanya itu berdampak pada kerusakan yakni buruk.

2) *Hajjiyyah*, adalah suatu hal yang tidak vital misal dharuriyah atas dipeliharanya kelima prinsip tersebut, akan tetapi hajjiyyah dapat meliputi menghilangkan kesukaran hidup atau untuk meringankan. Misal di bidang ibadah, dipermudah untuk menjalankan qashar bagi para musafir. Sementara pada aktivitas bermu'amalah diperkenankan untuk melaksanakan jual beli pesanan (*bay'as-salam*), bekerjasama dalam perkebunan dan pertanian. Semuanya itu diperkenankan untuk memenuhi kebutuhan hidup agar lebih mudah.

3) *Tahsiniyyah*, yakni suatu kegiatan yang menempuh batas hajah. Harus dipenuhinya kemaslahatan ini untuk memperindah dan menyempurnakan hidup manusia. Misal anjuran di dalam agama untuk diperbolehkan makan makanan yang bergizi, menjalankan ibadah sunnah, memakai pakaian yang baik, dan lainnya.

c. Nilai-nilai Kebajikan

Dalam praktek bisnis dan ekonomi Al-Ghazali mensyaratkan untuk para pebisnis islam agar lebih mengutamakan masalah moral dalam bisnis. Adapun cara-cara praktek untuk berperilaku baik sewaktu berbisnis sebagaimana yang dikemukakan oleh Al-Ghazali, diantaranya(Ghazali, 1982):

- 1) Rela memperjuangkan makanan kepada orang tidak mampu tanpa memaksa untuk dibayar jika mereka tidak punya uang
- 2) Berlapang dada sewaktu adanya pembeli yang ingin melakukan pembatalan transaksi sebab suatu udzur syar;i
- 3) Bila berhitung, berupaya untuk segera mengembalikan
- 4) Bermurah hati sewaktu ada penagihan hutang, hendaknya melihat kondisi orang yang berhutang supaya tidak terlalu memberatkan.
- 5) Dilarang mengambil keuntungan dari orang tidak mampu
- 6) Melarang mengambil keuntungan secara berlebih.

d. Jauh dari Perbuatan Riba

Berkaitan dengan riba, para ulama bersepakat mengharamkannya. Ada banyak dalil yang menegaskan keharaman riba sehingga harus di jauhi.

Akad jual beli dengan sistem salam (pesanan), dibolehkan dalam syariat. Demikian juga sistem *ijarah* (sewa-menyewa), tetapi dua pihak yang berakad harus memenuhi syarat-syaratnya sebagaimana telah dijelaskan secara lengkap dalam kitab-kitab fikih (Imam al-Ghazali, 2017).

Dalam Al-Quran, riba telah diperjelas keharamannya. Karenanya Al-Ghazali mempetegas kembali kepada para pedagang enas, perak, mata uang, dan makanan pokok untuk selalu melindungi diri dari perilaku riba fadl dan nasi'ah. Riba fadl yakni kegiatan jual beli dengan mempertukarkan barang dengan kuantitas dan kualitas yang berbeda atau tanpa kesepakatan, disebut juga sebagai takhfif (curang). Sementara Riba nasi'ah artinya penangguhan, secara praktek, yakni menambahkan jumlah hutang jika tidak ada pelunasan dari pihak yang berhutang (denda) (Rahmawati, 2012).

Menurut Imam Al-Ghazali juga terdapat etika mencari nafkah. Kewajiban manusia adalah mencari nafkah agar kebutuhan hidupnya dapat terpenuhi. Maka didalamnya terdapat beberapa anjuran yang telah dijelaskan sebagai berikut:

- a. Syarat sah muamalah

Yang termasuk bentuk muamalah yang paling umum diterapkan di tengah masyarakat yakni jual beli. Terdapat tiga rukun yang harus terpenuhi dalam akad jual beli ialah *aqid, maqud alayh*, dan lafal. Akad muamalah, termasuk di dalamnya akad jual beli tidak boleh dilakukan dengan empat jenis orang yaitu bayi, orang gila, budak, dan orang buta. Akad muamalah boleh dilakukan dengan orang kafir tetapi jika orang kafir memiliki mushaf atau budak, diajarkan untuk membelinya. Jika orang kafir itu dikenal sebagai seorang ahli perang tidak dibolehkan menjual senjata kepadanya (Imam Al-Ghazali, 2022).

Ada beberapa barang yang tidak boleh dijual atau dibeli oleh seorang muslim diantaranya arak, wadak yang najis, dan benda-benda yang terbuat dari gading gajah. Dibolehkan menjual minyak yang najis karena terjatuh atau tercampuri barang najis. Tidak dibolehkan menjual anjing, serangga, dan alat-alat mainan. Dibolehkan juga menjual dan memakai sesuatu yang bergambar seperti tikar (Imam al-Ghazali, 2017)

Barang yang dijual belikan haruslah barang yang dimiliki, bisa diserahkan, dan terlihat (ada wujudnya). Akad jual beli dianggap sah setelah ijab dan kabul dilangsungkan. Kemudian, berkaitan dengan barang-barang kecil yang

sepele dan makanan, ada satu pendapat yang diriwayatkan oleh Ibn Suraij bahwa akad muamalahnya cukup dengan terjadinya serah terima seperti pihak pertama menyerahkan dan pihak kedua menerima. Tidak diperlukan akad jual beli yang formal sebagaimana dalam jual beli barang-barang lainnya, karena kebutuhan yang mendesak.

b. Keadilan lawan kezaliman dalam muamalah

Bahwa syariat memperbolehkan jual beli dan telah menetapkan sejumlah ketentuan berkaitan dengan praktik jual beli. Namun ada beberapa bentuk kezaliman dalam jual beli yang jika dilakukan niscaya pelakunya akan mendapatkan murka Allah SWT.

Salah satu bentuk kezaliman yang terjadi dalam jual beli adalah praktik monopoli. Allah seungguhnya melaknat orang yang mempraktikkan monopoli dan mereka mendapatkan ancaman yang hebat. Kezaliman lainnya adalah menyembunyikan cacat barang dagangan. Perbuatan semacam itu terlaknat, karena termasuk penipuan atau penghianatan. Kezaliman lainnya adalah mempermainkan atau merekayasa timbangan. Orang yang merekayasa timbangan demi mendapatkan keuntungan yang besar diancam dengan siksa yang pedih. Jadi segala bentuk rekayasa, penipuan, pemalsuan, dan berbagai tindakan lain

yang memberikan keuntungan di satu pihak dan merugi di pihak lain ialah haram. Larang atau keharaman itu tidak hanya berlaku pada penjual tetapi juga pada pembeli (Imam al-Ghazali, 2017).

2.2 Peneliian Terdahulu

1. Iqbaal Mukhlison (2017) judulnya “*Etika Komunikasi Islam Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali*” penelitian ini mengkaji etika komunikasi sangatlah mempengaruhi sewaktu penyampaian pesan komunikasi, etika sebagai dasar sebelum melakukan komunikasi, sehingga komunikasi akan lebih efektif dan maksimal. Tidak berlawanan dengan sunnah dan agama. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan pendapat Imam Al-Ghazali. Perbedaan pada penelitian ini yang dibahas merupakan etika berbisnis dalam Islam pada pemikiran Imam Al-Ghazali serta terdapat sebuah bisnis dalam pembahasan. (Mukhlison, 2017)
2. Isnaini Nur Arifin (2018) yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada CV. Wahana Satria Purwokerto*”. Dimana penelitian ini terkait implementasi konsep etika bisnis Islam yang diketahui dari konsep etika bisnis Islami di CV. Wahana Satria, diantaranya, (1) Kebajikan, perusahaan memberi donasi serta bertanggung jawab saat pengadaan mesin baru, dan memberikan potongan harga kepada yang mengajukan dana proposal kegiatan; (2) Tanggung jawab, memenuhi pesanan sesuai kontrak; (3) Kehendak bebas, konsumen diberi kebebasan oleh perusahaan untuk membuat kontrak dengan mereka atau dengan perusahaan lain; (4)

Keseimbangan, ditinjau dari harga yang ditetapkan sesuai kualitas dan standar barang; dan (5) keesaan, pelayanan yang diberikan kepada setiap konsumen sama. Akan tetapi, dalam penerapannya pada konsep keesaan dan kebajikan masih ditemukan kekurangan. Persamaannya yaitu keduanya menganalisis etika bisnis Islam. Sementara perbedaannya ada faktor yang mendukung diterapkannya etika bisnis Islam yang peneliti bahas, dan lokasi yang peneliti dibahas adalah pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. (Arifin, 2018)

3. Septy Putriasih (2018) yang judulnya "*Penerapan Etika Bisnis Islam Prespektif Al-Ghazali Pada Petani Kopi di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta*" penelitian ini membahas etika bisnis perspektif Al-Ghazali diterapkan oleh petani saat aktivitas bisnisnya yaitu dengan menghindari perbuatan riba dan curang yaitu hanya memetik kopi yang warnanya merah untuk disetor ke Koperasi Kebun Makmur tanpa mencampurkannya kualitas dengan kopi yang masih warnanya hijau, saling tolong-menolong, selalu memperbaharui niat saat bertani serta tetap melaksanakan kewajiban sholat. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama mengkaji implementasi etika bisnis Islam Prespektif Imam Al-Ghazali. Perbedaan dengan peneliti ini lokasi penelitian yang terdapat di CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. (Putriasih, 2018)

4. Destria Leviana (2018) yang berjudul "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pengusaha Genteng Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pekon Panutan Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu)*" penelitian ini membahas terkait strategi

pemasaran produk pada pengusaha genteng di desa Panutan Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu strategi yang dipakai yaitu bauran strategi dalam etika bisnis serta ilmu ekonomi. Pemasaran yang dilaksanakan juga tidak berlawanan dengan etika berbisnis Islam dan sesuai nilai syari'at Islam. Persamaannya yaitu mengkaji etika bisnis Islam. Perbedaan dengan penelitian ini objek yang dianalisis dan sebuah pemikiran bisnis Islam menurut Imam Al-Ghazali. (Leviana, 2018)

5. NINE Haryanti dan Trisna Wijaya (2019) judulnya *“Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”* artikel ini membahas para pengelola, pembeli dan pedagang pasar tradisional Pancasila yang masih terdapat penyimpangan oleh pedagang pada saat jual beli seperti masih ada produk olahan makanan berbahan formalin ataupun juga borax, perlakuan berbeda pada konsumen, sikap kurang ramah pedagang, batas kadaluarsa yang tidak jelas, simpan pinjam ke bank konvensional, menjual barang seharga di bawah harga pasar sebab harga pasar yang makin ketat, pedagang yang kurang jujur yaitu tidak membayar hutang ke supplier, kecurangan dalam timbangan dan melalaikan shalat. Persamaannya sama-sama menganalisis terkait etika bisnis Islam. Perbedaannya ada di lokasi penelitian dan terdapat sebuah faktor yang mendukung penerapan etika bisnis Islam dari pendapat Imam Al-Ghazali. (Haryanti & Wijaya, 2019)

6. Isma Ramadhani (2019) yang berjudul *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Bank Muamalat Indonesia Kota Tangerang”*. Membahas

mengenai persepsi pegawai Bank Muamalat tentang etika bisnis Islam yakni perilaku, sikap dan etika yang diterapkan dalam bertransaksi, dan saat bertransaksi bisa memenuhi syarat sesuai etika bisnis Islam dan kedudukan bank syariah di Bank Muamalat Indonesia Kota Tangerang sudah sesuai Kode Etik, dan melayani nasabah sesuai SOP. Letak persamaan yaitu sama-sama mengkaji terkait etika berbisnis Islam. Perbedaan dengan penelitian ini lokasi penelitian dan terdapat sebuah faktor yang mendukung implementasi etika bisnis Islam yang akan dibahas oleh peneliti.

7. Andi Hizbullah (2020) yang berjudul “*Studi Komparasi Pemikiran Imam Al-Ghazali dan Adam Smith Tentang Konsep Kesejahteraan*” Penelitian ini membahas perbedaan perspektif Imam Al-Ghazali serta Adam Smith yaitu tingkat perbedaan dan persamaan diantaranya kedua pemikiran tersebut terkait kesejahteraan sesuai empat indikator penelitian yakni tujuan konsep kesejahteraan ialah sebanding, fungsi negara dalam konsep kesejahteraan, metode saat menciptakan kesejahteraan, dan dasar konsep kesejahteraan.

Pemikiran keduanya secara keseluruhan sama, akan tetapi untuk perspektif Adam Smith hanyalah diorientasikan pada nilai materil, sementara nilai spiritual juga diperhatikan oleh Imam Al-Ghazali disamping nilai material.

Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan pemikiran Imam Al-Ghazali. Perbedaan dengan peneliti dalam hal lebih mengkaji etika bisnis Islam pada pendapat Imam Al-Ghazali. (Hizbullah, 2020)

8. Azmil Futihatul Rizqiyah dan Yuliani (2022) yang judulnya “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di BMT UGT*”

Sidogiri Cabang Jombang” artikel ini membahas etika bisnis Islam berpengaruh positif dalam menghadapi persaingan serta memajukan bisnis. Sangat perlunya etika bisnis Islami diterapkan pada karyawan supaya bisa sampai pada berkinerja baik. Tujuan penelitian ini guna memahami implementasi etika bisnis Islam untuk peningkatan kinerja pegawai pada BMT UGT Sidogiri Jombang. Persamaan dengan kajian ini yaitu sama menganalisis etika bisnis Islam. Perbedaannya yaitu perspektif pemikiran yang digunakan Imam Al-Ghazali dan tempat penelitian berbeda. (Futihatul Rizqiyah, 2022)

9. Ahmad Mawardi (2020) judulnya *“Etika Bisnis Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali”* artikel ini mengkaji Etika yang ada dalam diri manusia yang menjadi rambu dari hasil kesepakatan suatu kelompok masyarakat. Banyak hal yang diatur dalam etika ini mulai dari aktivitas sosial sampai dengan ekonomi. Manusia menjadi “manusia” yang membuatnya tidak sama dengan makhluk lainnya dengan adanya etika. Persamaannya yaitu membahas etika berbisnis Islam dalam perspektif Imam Al-Ghazali. Perbedaan dengan peneliti dilakukan analisis pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. (Mawardi, 2020)
10. Jonizar Liantoni (2022) yang judulnya *“Analisis Pemikiran Imam Al-Ghazali Mengenai Konsep Etika Dalam Bisnis (Studi Pada Kitab Ihya’ Ulumuddin)”* penelitian ini mengkaji terkait etika berbisnis sesuai pendapat Imam Al-Ghazali pada Kitab *Ihya’ Ulumuddin* mengedepankan etika yang baik dan moralitas dalam berbisnis. Etika bisnis sesuai pendapat Al-Ghazali

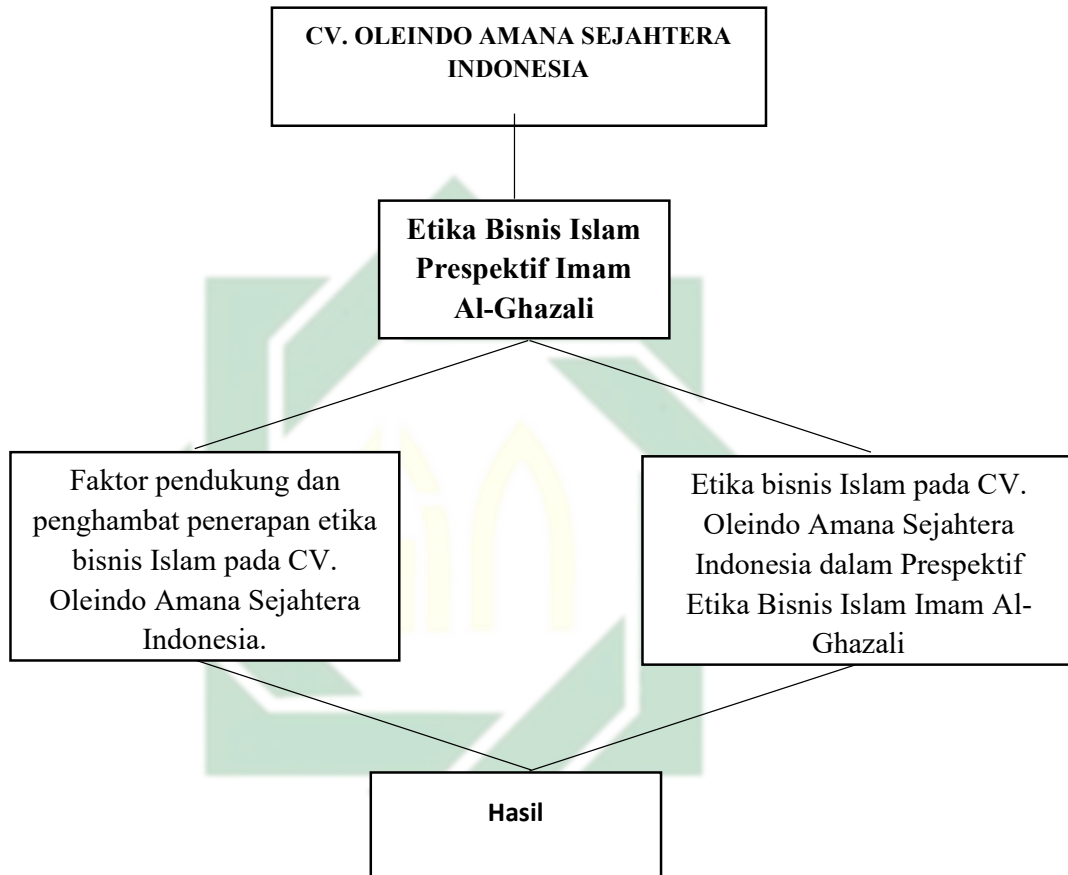
ada tujuh poin yang sudah dirangkum serta dengan dunia bisnis modern hampir tidak ada yang relevan. Persamaan dengan penelitian ini analisis yang digunakan sama-sama menggunakan perspektif Imam Al-Ghazali. Perbedaan dengan kajian ini yang di analisis berupa kitab sedangkan penulis menganalisis etika bisnis Islam yang diterapkan oleh CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. (Liantoni, 2022)



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

2.3 Kerangka Konseptual

Bagan 1 Kerangka Konsep



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penulis mempergunakan jenis penelitian kualitatif berupa penelitian lapangan. Sehingga, untuk metode penelitian yang penulis pergunakan yaitu dengan mempergunakan jenis lapangan. Sementara untuk jenis penelitian ini mempergunakan metode pendekatan kualitatif, dan induktif yakni cara berfikir dimana untuk menyimpulkan dan mengambil keputusan sesuai data yang dianalisa. Pada proses penelitian yang dilakukan, terdapat langkah-langkah yang dibuat yaitu, menentukan permasalahan, memilih desain dan instrumen yang sesuai, mengumpulkan data, menganalisis data, dan melaporkan hasil penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Peneliti melaksanakan penelitian di CV. Oleindo Amana Sejahtera (OASE Indonesia) telah berdiri sejak Maret 2018, dengan tiga gudang yang bertempat di JL.Raya Lingkar Timur, Kav 2 KM 2,5 desa Siwalanpanji kecamatan Buduran, Sidoarjo, Jawa Timur. Tujuan pendirian CV Oleindo Amana Sejahtera sebagai pengemasan minyak kelapa sawit yang mengutamakan kualitas dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan disertai perbaikan yang berkelanjutan. Memiliki misi menjadikan tim yang solid dan bersinergi guna meningkatkan produktivitas serta pelayanan

terbaik kepada pelanggan sehingga peneliti memiliki keinginan untuk dijadikan sebagai lokasi penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Sumber Data Primer

Arti dari sumber primer yakni data yang penulis kumpulkan guna memberi jawaban atau tujuan permasalahan penelitian yang mana berupa survei ataupun observasi. Maksud dari sumber data yang didapat dari pemilik CV Oleindo Amana Sejahtera, karyawan serta pembeli.

3.3.2 Sumber Data Sekunder

Arti dari sumber sekunder ialah sumber yang bisa menunjang atau membantu keberhasilan dari penelitian yang bersifat memberi kejelasan atau memperkuat. Data yang didapat yaitu berupa struktur organisasi pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia, serta informasi lainnya yang diperoleh dari internet.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penulis mempergunakan teknik wawancara, dokumentasi serta observasi dalam pengumpulan data. Adapun penjabaran dari ketiga teknik tersebut ialah sebagai berikut:

3.4.1 Observasi

Metode dalam mengumpulkan data serta informasi yaitu lewat proses pencatatan terstruktur serta penelitian terhadap fenomena yang sedang diteliti (Djaali & Muljono, 2000) Hal ini bisa secara langsung ataupun tidak langsung untuk dilaksanakan.

Adapun yang dimaksud langsung yakni penelitian lapangan, sedangkan tak langsung yakni melalui metode lain diantaranya audiovisual, video serta audio. Data yang dipakai oleh peneliti sebagai objek penelitian ini yakni penerapan etika bisnis Islam di CV. Oleindo Amana Sejahtera.

Peneliti mengamati secara langsung bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia, peneliti juga mengamati karyawan yang menjual produk minyak goreng pada konsumen. Hal ini untuk mengetahui bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan.

3.4.2 Wawancara

Komunikasi yang terjadi antara peneliti dengan informan yang terjadi secara langsung yaitu berupa tanya-jawab tatap muka, oleh karena itu mimik serta gerak responden termasuk suatu pola media yang melengkapi kata secara verbal (Kadji, 2016).

Wawancara tersebut dilakukan dengan memberikan pertanyaan terkait gambaran CV. Oleindo Amana Sejahtera dan etika bisnis Islam yang diterapkan sehingga dapat menjawab penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti menggunakan wawancara tersruktur dimana peneliti sudah menyiapkan pertanyaan dan memilih responden untuk menjawab selanjutnya dilakukan wawancara. Wawancara dilakukan dengan suasana santai dan

nyaman, menghindari memotong pembicaraan, menjadi pendengar yang baik sekaligus kritis namun tetap sopan.

Dalam hal ini, narasumber yang akan diwawancarai oleh peneliti dari pihak CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah pemilik, karyawan. Pada saat melakukan wawancara, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan mengenai penerapan etika bisnis Islam. Selain mewawancarai pihak CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia peneliti juga melakukan wawancara dengan pembeli. Peneliti mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan kepuasan pelayanan yang diberikan pada saat transaksi jual beli pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi dipilih menjadi bagian dari teknik pengumpulan data karena dapat mendukung penelitian sehingga hasil penelitian yang dilakukan lebih akurat dan lengkap. Dokumen yang dipilih oleh peneliti berupa foto wawancara peneliti dengan pemilik, produksi yang dilakukan karyawan, gudang pembongkaran minyak, rekaman wawancara, dan informasi lainnya mengenai penelitian.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang

diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah pemilik dan karyawan pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. Setelah itu diantara populasi itu akan dibentuk dua kelompok kelas sebagai sampel.

2. Sampel

Dari populasi yang sudah dipilih, peneliti menentukan sampel. Sampel dalam sebuah penelitian dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Data dapat dilihat akurat atau tidak akurat tergantung pada sampel yang diperoleh dalam penelitian. Sampel merupakan subset dari populasi penelitian sejumlah dalam jumlah dan karakteristik. Sampel adalah bagian dari populasi dengan ukuran dan karakteristik. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang diambil.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Sugiyono menyatakan bahwa teknik sampel yaitu: “Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan diantaranya *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*.” Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel sampling jenuh yang terdapat di *Non-Probability Sampling*. Sugiyono mendefinisikan sampling jenuh yaitu: “Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai

sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.” Jadi dari penjelasan teknik sampel di atas penulis tidak menentukan sampel, karena seluruh anggota populasi akan diteliti. Sampel yang diambil oleh peneliti adalah pemilik dan karyawan pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.

3.6 Triangulasi Data

Triangulasi menurut Susan Stainback dalam Sugiyono merupakan “the aim is not to determinate the truth about same social phenomenon, rather than the purpose of triangulation is to increase one’s understanding of what ever is being investigated.” artinya “Triangulasi bukan bertujuan mencari kebenaran, namun meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data dan fakta yang dimilikinya.” (Sugiyono, 2013). Menurut Norman K. Denzin, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: Triangulasi Metode, Triangulasi Antar-Peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), Triangulasi Sumber Data, dan Triangulasi Teori (Denzin & Yvonna S. Lincoln, 2009)

3.5.1 Triangulasi Metode

Jenis triangulasi ini berarti peneliti dapat membandingkan data atau informasi yang didapat dengan metode yang berbeda-beda. Contohnya membandingkan hasil survey dengan hasil wawancara, hasil wawancara dengan hasil observasi, ataupun hasil observasi dengan hasil

dokumentasi. Peneliti dapat menggunakan narasumber yang berbeda dari metode sebelumnya. Triangulasi ini digunakan apabila informasi atau data yang diperoleh sebelumnya kurang akurat.

3.5.2 Triangulasi Antar Peneliti

Triangulasi ini berarti menggunakan lebih dari satu peneliti. Hal ini karena tiap peneliti memiliki karakter, sikap, dan persepsi yang berbeda ketika mengamati suatu fenomena. Maka dengan menggunakan dua atau lebih peneliti, akan diperoleh data yang lebih akurat. Namun sebelum itu, tim peneliti perlu membuat kesepakatan dalam menentukan kriteria pengamatan dan wawancaranya.

3.5.3 Triangulasi Sumber Data

Triangulasi ini berarti membandingkan atau mengecek ulang suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil wawancara dengan pengamatan di lapangan, membandingkan apa yang dikatakan oleh umum dan pribadi, ataupun membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

3.5.4 Triangulasi Teori

Triangulasi ini berarti membandingkan informasi dari dua teori atau lebih. Kemudian informasi tersebut diambil kesimpulannya untuk menghindari adanya bias pada hasil antar peneliti. Untuk itu diperlukan adanya rancangan penelitian pengumpulan data serta analisis data yang lebih lengkap.

Dalam penelitian ini, triangulasi yang digunakan adalah triangulasi metode yang mana peneliti mengambil hasil wawancara dengan pemilik dengan observasi dilapangan. Dengan demikian akan terlihat apakah pernyataan pemilik mengenai etika bisnis Islam di perusahaan sudah sesuai dengan yang diterapkan dilapangan.

3.7 Teknik Analisis Data

Penulis mempergunakan metode deskriptif analisis dengan pola berpikir deduktif guna memudahkan penulisan penelitian ini. biasanya rumusan masalah pada penelitian kualitatif diambil dari studi kasus yang hendak diteliti. Teknik pengumpulan data secara kualitatif diantaranya bisa lewat pengamatan secara langsung, kuesioner serta wawancara. Beberapa teknik analisis data deskriptif yang peneliti pakai diantaranya berupa proses menganalisa, menjabarkan serta meringkas fenomena atau kejadian dari data yang didapat lewat proses pengamatan langsung ke lapangan atau wawancara. Tujuan dari analisis deskriptif kualitatif yaitu guna menjabarkan secara mendalam dan tuntas terkait fenomena yang diteliti.

Pola berpikir deduktif yaitu suatu jenis paragraf dengan ide utama ada di awal paragraf. Paragraf yang diawali dengan penjelasan terkait permasalahan pokok atau kalimat topik lalu disertai dengan kalimat penjelas. Kalimat tubuh paragraf deduktif adalah pernyataan yang mendukung gagasan utama. Data yang didapatkan dipastikan valid dikarenakan digunakannya metode dokumentasi, observasi, dan wawancara yang dijalankan secara langsung dilapangan. Dengan metode tersebut penulis dapat memberikan

kesimpulan mengenai analisis penerapan etika bisnis Islam di CV Oleindo Amana Sejahtera.

Berikut ini dijabarkan analisa data pada penelitian ini yaitu mencakup:

1. Mereduksi data (*Data Reduction*)

Arti dari reduksi data yaitu memilah, memusatkan fokus pada transformasi, abstrak dan penyederhanaan data awal yang timbul dari pencatatan tertulis di lapangan. Berlangsungnya proses ini selama penelitian kualitatif berjalan.

Penulis memilih data yang didapat saat penelitian terkait persepsi narasumber mengenai penerapan lalu dipilih secara sederhana. Data yang direduksi merupakan keseluruhan data yang ada dalam permasalahan penelitian. Data tersebut akan memberikan gambaran yang lebih spesifik serta mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya.

2. Menyajikan data (*Data Display*)

Peneliti mendeskripsikan informasi dengan tujuan mengambil kesimpulan serta tindakan. Biasanya penyajian ini mempergunakan bentuk teks naratif.

Penyajian data dengan cara ini mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi di lapangan. Untuk mencapai analisis kualitatif yang benar, maka diperlukan penyajian data yang baik. Penyajian data tidak hanya sekedar dideskripsikan secara naratif, namun disertai pula proses analisis yang berkelanjutan sampai proses penarikan kesimpulan

Penyajian data ini berasal dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber, yaitu pemilik, karyawan dan pembeli pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. data yang diperoleh digunakan untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah.

3. Penarikan kesimpulan (*Conclusion/Verifying*)

Penulis berusaha menyimpulkan serta memverifikasi yaitu caranya mencari makna di tiap persoalan yang didapat dari lapangan, mencatat konfigurasi serta keteraturan, alur kausalitas dari proporsi dan fenomena. Penulis menyimpulkan dari data yang sebelumnya, lalu mencocokkan pengamatan serta catatan penulis pada saat penelitian.

Dengan demikian peneliti memperoleh kesimpulan dan verifikasi dan penilaian ini terkait etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. Sehingga diharapkan kesimpulan ini dapat menjadi sebuah penemuan baru yang belum pernah didapatkan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia

4.1.1 Sejarah CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia

CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam komoditi minyak goreng dengan merk “Lentera Mas”. Nama “Lentera Mas” itu sendiri apabila diambil dari KBBI, arti kata ‘lentera’ ialah lampu, yang diharapkan oleh para pendiri OASE sebagai keinginan agar minyak goreng Lentera Mas mampu memberikan cahaya dan bersinar di berbagai pasar di wilayah Indonesia.

OASE Indonesia telah berdiri sejak Maret 2018, dengan tiga gudang yang bertempat di JL.Raya Lingkar Timur, Kav 2 KM 2,5 Desa Siwalanpanji Kecamatan Buduran, Sidoarjo, Jawa Timur. Awal produksi minyak goreng itu sendiri dimulai dari tanggal 18 Maret 2018. Setelah tiga tahun berdirinya perusahaan CV. OASE Indonesia, hingga saat ini berganti nama menjadi CV. Oleindo Amanah Sejahtera, CV. Oleindo Amanah Sejahtera pun telah mengembangkan pasar ke berbagai wilayah Indonesia mulai dari Bandar Lampung, Nusa Tenggara Timur, Maluku, Kalimantan, Labuan Bajo, Manokwari, Waingapu, hingga wilayah Papua lainnya. Selain di wilayah Indonesia bagian Timur, Jawa Barat dan Jawa Tengah.

CV. Oleindo Amanah Sejahtera dipimpin oleh direktur bernama Mochammad Amin, S.H dan wakil direktur bernama Edi Sukamto. CV. Oleindo Amanah Sejahtera memiliki karyawan sejumlah 200 orang. CV. Oleindo Amanah Sejahtera memproduksi minyak mulai dari ukuran 220ml hingga yang paling besar dengan ukuran jerigen 20liter. Sehingga dengan banyaknya dikeluarkan produk-produk dalam berbagai macam ukuran CV. Oleindo Amanah Sejahtera telah memiliki mitra kerja, mulai dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN), hingga perusahaan – perusahaan swasta di berbagai wilayah.

Aspek Legalitas CV. Oleindo Amanah Sejahtera terdiri dari :

1. Tanda Daftar Perusahaan (TDP) bernomor ; 13.17.3.46.150071
2. BPOM bernomor ; PN.06.01.965.09.17874.
3. Standar Nasional Indonesia (SNI) dengan Nomor ; 07080044521217
4. SIUP bernomor ; 510/950/404.5/15/2017

4.1.2 Visi Misi CV. Oleindo Amanah Sejahtera Indonesia

1. Visi :

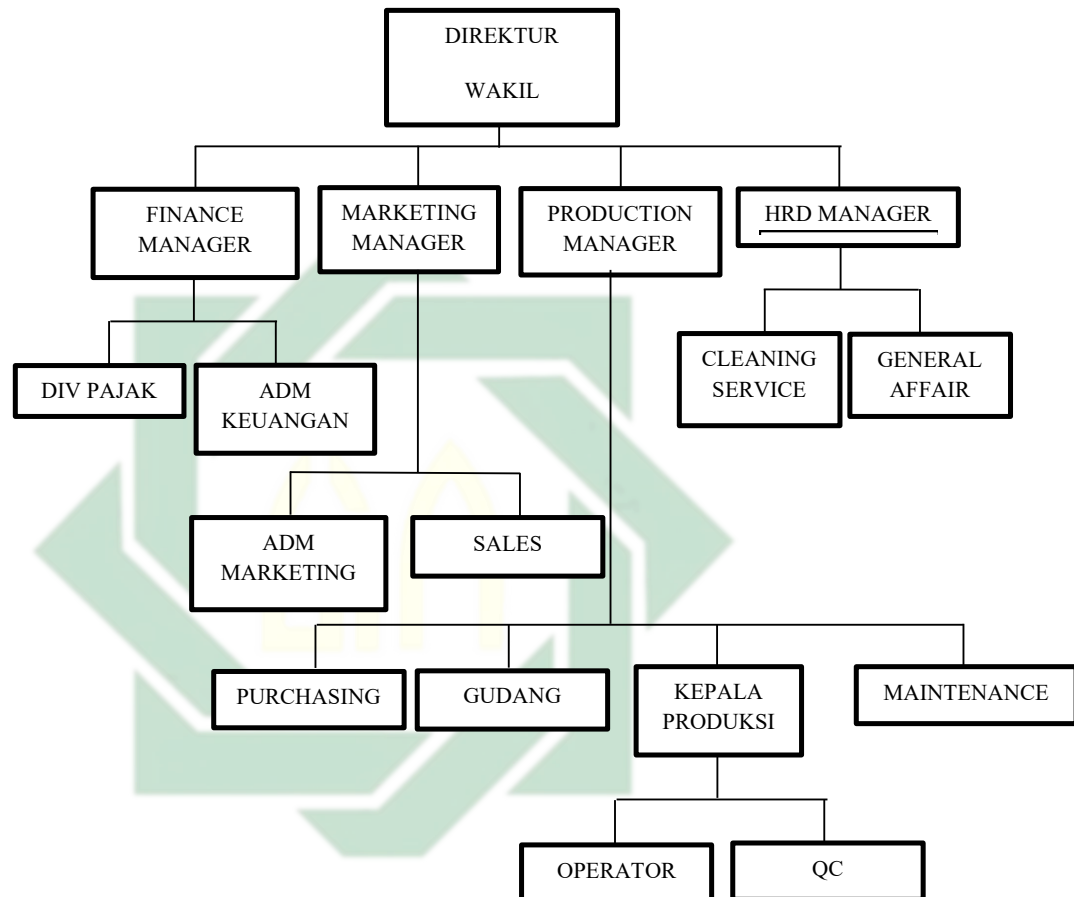
“Perusahaan pengemasan minyak kelapa sawit yang mengutamakan kualitas dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan disertai perbaikan yang berkelanjutan.”

2. Misi :

“Menjadikan tim yang solid dan bersinergi guna meningkatkan produktivitas serta pelayanan terbaik kepada pelanggan.”

4.1.3 Struktur Organisasi CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia

Bagan 2 Struktur Organisasi CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia



4.2 Faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia

Dalam penelitian di CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia terdapat beberapa faktor yang menjadi pendukung implementasi etika bisnis Islam. Faktor yang menjadi pendukung dalam hal produksi yaitu sebuah kualitas barang yang telah diberikan dengan meningkatkan hasil produksi dalam segi minyak yang perlu diperhatikan berupa takaran, kualitas kemasan, kualitas

dalam bahan-bahan minyak yang digunakan agar minyak tidak cepat menghitam serta dalam kualitas kebersihan selama produksi.

Faktor pendukung pada etika bisnis Islam terdapat pada dua faktor yakni faktor eksternal dan internal dalam dua faktor ini sangat berhubungan dalam penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia. Faktor pendukung penerapan etika bisnis Islam secara garis besar peneliti setelah melakukan wawancara adalah sebagai berikut:

1. Faktor eksternal

- a. Adanya kerjasama yang baik dengan perusahaan minyak goreng lain sehingga CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dapat mengemas minyak sesuai standar konsumen mereka.
- b. Konsumen merasa puas dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia sehingga memberikan dampak yang baik kepada perusahaan.

Hal tersebut telah dijelaskan dalam wawancara secara langsung oleh pemilik dan karyawan CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia yang memberikan keterangan bahwa hubungan kerjasama yang baik berdampak besar bagi pertumbuhan perusahaan. Dimana kualitas minyak yang diberikan memenuhi standar pasar CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia maka konsumenpun akan merasa puas dengan kualitas dan harga yang ditawarkan.

Kualitas produk minyak goreng yang dikemas oleh CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah CP 8 (tingkatan ke 2). Dimana masih

ada tingkatan dibawah mereka yakni CP 10 ke atas atau disebut dengan minyak goreng curah dan diatas mereka yakni CP 6 dst. semakin tinggi angka CP pada minyak goreng menandakan kualitasnya yang semakin buruk sebaliknya semakin rendah angka CP pada minyak goreng menandakan kualitas minyak semakin baik. Jadi minyak pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia tergolong minyak dengan standar baik dengan sasaran konsumen pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah warga menengah kebawah.

2. Faktor internal

- a. Kepercayaan pemilik kepada Allah SWT sang pencipta yang diterapkan pada produksi sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) dan produk yang di hasilkan bersertifikasi halal.
- b. Keadilan yang diterapkan oleh pemilik dan karyawan CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia kepada pembeli dengan melayani konsumen dengan baik.
- c. Konsumen pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia yang mayoritas muslim mempermudah untuk terciptanya mekanisme pasar yang diwajibkan di dalam Islam sehingga terjauhkan dari kedzaliman, maysir, gharar, dan riba. Mereka juga harus menyelaraskan perilakunya termasuk dalam penerapan etika berbisnis di dalam Islam yakni prinsip kehendak bebas dimana penjual dan pembeli tidak boleh saling merugikan saat menjalankan bisnisnya agar tercapai dengan baik.

Hai ini sesuai dengan wawancara dengan pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia bahwa produk yang dikemas sudah bersertifikasi halal dan sesuai standar SNI. Karyawan juga sudah melaksanakan tugasnya yaitu melayani pembeli dengan baik. Apabila ada kelalaian sesuai visi kami akan perbaiki kembali secara berkelanjutan. Pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia yang mayoritas pembelinya muslim lebih memudahkan bertransaksi sesuai ajaran Islam.

Untuk tetap menjaga kualitas produk sendiri, CV. Oleindo Amana Sejahtera juga memberikan inovasi-inovasi baru, seperti ukuran minyak goreng yang lebih banyak di perbarui dan juga menjaga Quality Control dengan menempatkan banyak kamera cctv pada area-area produksi agar keamanan dan pengawasan terhadap para pekerja tetap terjaga.

Faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah pelayanan yang diberikan kepada pembeli kurang maksimal disebabkan sikap karyawan yang berbeda-beda.

Hal ini berdasarkan wawancara dengan pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia yang menjelaskan bahwa sikap setiap pegawai dalam melayani konsumen berbeda-beda. Perbedaan pelayanan yang diberikan itu disebabkan karena adanya perbedaan rasa tanggung jawab antara satu pegawai dengan pegawai lainnya. Faktor tersebut bisa menjadi penghambat bagi CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam menerapkan etika bisnis Islam. Bapak Imam sebagai pemilik

selalu berusaha memperbaiki faktor penghambat tersebut agar menjadi lebih baik.

4.3 Penerapan etika bisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dalam prespektif Imam Al-Ghazali

Di dunia pasar terdapat hal-hal yang harus diperhatikan dalam kegiatan perdagangan, yakni terkait etika dalam berdagang, terkhusus berdagang islam. Para pedagang harus memahami kejujuran dalam berbisnis, sebab sebagai kunci utamanya dalam berdagang. Tapi nyatanya masih ada para pedagang yang hanya sekadar mencari untung saja, dan tanpa diperhatikannya bagaimana etika dalam berbisnis.

Jual beli sesungguhnya sudah dihalalkan oleh Allah, Pertama, *aqad* dari jual beli tersebut ialah (yang melaksanakan jual beli) akad tidak boleh dilakukan pada: orang buta, budak belia, orang gila serta anak kecil sebab jual beli itu menjadi tidak sah. Jual beli diperbolehkan oleh Imam Al-Ghazali kepada orang kafir, tetapi jika orang kafir memiliki mushaf atau budak, dianjurkan untuk membelinya. Jika orang kafir itu dikenal sebagai seorang ahli perang maka dilarang menjual senjata kepadanya.

Kedua, *maqud alaih* (benda yang dijualbelikan) tidak termasuk barang yang tidak bermanfaat dalam agama contohnya alat permainan tidak boleh untuk di perjual belikan, seruling dan gitar, minyak binatang haram, benda yang mengandung najis dan khamar. Ketiga *lafadh aqad* yang secara langsung dilakukan dengan melafadh-kan menggunakan kata-kata secara jelas diucapkan (*shahih*).

Pada hasil wawancara kepada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia bahwasanya secara garis besar dalam kualitas pabrik atau perusahaan telah mengimplementasikan etika berbisnis Islam, akan tetapi terdapat kekurangan dalam sebuah etika bisnis Islam yang telah diaplikasikan oleh karyawan sebagai kewajibannya selaku manusia, dimana itu juga sebagai bentuk pertanggungjawaban yang harus dijalankan oleh pebisnis. Misal pemberian pelayanan secara baik terhadap seluruh konsumen dan penawaran barang dan jasa sesuai kualitas yang setara dengan harganya.

Penerapan etika para karyawan dan pemilik perusahaan dalam melakukan transaksi jual beli yang ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam yaitu:

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik dan sosial. Selain itu prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai manusia yang benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya.

Adapun prinsip tauhid yang ditunjukkan dari hasil wawancara Bapak Imam selaku pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera yang menjelaskan bahwa CV. Oleindo Amana Sejahtera selalu mengutamakan niat ibadah dalam melakukan suatu usaha yang dijalankan. Karena usaha berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidup semua keluarga dan diniatkan karna Allah, supaya dalam menjalankan usaha tentunya untuk memperoleh keberkahan.

Para pedagang lebih mementingkan aturan-aturan al-Quran dan tidak akan menunda atau melalaikan tugasnya kepada Allah, karena apabila pedagang yang mentaati aturan yang sesuai dengan bisnis Islam maka dalam melakukan aktivitasnya akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pedagang sebagiannya telah menjalankan prinsip Kesatuan (Tauhid).

2. Prinsip Keseimbangan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam melakukan aktivitas bisnis serta melarang kecurangan atau berbuat zalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan, sehingga apabila seseorang berbuat adil dalam bisnis dagangannya maka akan memperoleh kesejahteraan dalam hidupnya dan kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku seseorang, dimana hal tersebut telah dipegang oleh Bapak Imam selaku pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera, beliau memaparkan bahwa telah mengajarkan kepada seluruh karyawan berperilaku adil dalam menanggapi konsumen, memberikan pelayanan yang baik. Namun mungkin karena perbedaan sikap karyawan sehingga masih terdapat

komplain dari konsumen. Dari pihak perusahaan akan selalu memperbaiki hal itu kembali. Lalu dalam hal takaran minyak harus sesuai dengan kemasan yang telah diberikan dalam hal ini produksi yang digunakan menggunakan mesin jadi insyaallah sudah sesuai takarang yang ditetapkan. Setelah itu produk harus dicek kembali apabila terjadi sebuah kebocoran pada kemasan agar konsumen mendapatkan produk yang baik tidak ada cacat.

Dalam keseimbangan perlu adanya adil dalam melakukan aktivitas, celakalah bagi mereka yang berbuat kecurangan yaitu orang-orang yang apabila mengurangi kualitas serta kuantitas barang yang telah dijanjikan. Oleh karena itu CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia sangat berhati-hati dengan proses pengemasan agar tidak mengecewakan konsumen.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan tersebut tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang dalam bekerja. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri dikarenakan kebebasan tersebut sudah ada sejak manusia itu dilahirkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti Bapak Imam selaku pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera menyatakan memberi kebebasan kepada para konsumen dalam pembelian produk dan

apabila konsumen merasa terlalu mahal dengan harga yang diberikan pembeli bebas untuk tidak membelinya.

Dalam hal ini terlihat jelas bahwa para penjual tetap memberikan kebebasan dalam proses pembelian tidak merugikan sebelah pihak dengan harga yang ditawarkan dan keduanya sama-sama rela. Selain itu menurut etika bisnis Islam, setiap para pelaku bisnis dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Islam menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan atas tindakannya. Menurut Islam, segala aktivitas yang dilakukan hendaklah dengan rasa penuh tanggung jawab. Selain itu tanggung jawab dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara transparan, keterbukaan dan kejujuran dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan baik.

Tanggung jawab dalam artian bisnis yang dilakukan harus ditampilkan secara keterbukaan, jujur dan tidak adanya penipuan dalam segala kegiatan yang dilakukan. Sehingga setiap pedagang harus bertanggung jawab dalam menyediakan barang dalam

memenuhi kebutuhan masyarakat lainnya. Tanggung jawab harus dimiliki oleh para pedagang dalam menjalankan bisnis, karena tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Imam selaku pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera menyatakan menjual minyak sebuah tanggung jawab yang besar dari sebuah kualitas dan harga apabila minyak tersebut terjadi kebocoran maka pembeli dapat komplain namun harus disertakan sebuah bukti bagaimana hasil yang dijual ke pasaran.

Tanggung jawab yang dimiliki para pedagang sudah diterapkan, apabila adanya sebuah komplain harus disertakan bukti berupa video atau gambar. Hal ini telah dijelaskan oleh Bapak Imam selaku pemilik dari CV. Oleindo Amana Sejahtera Indoneisa bahwa perusahaan tetap merespon dan mengganti bawang apabila ada minyak yang rembes membasahi kardus. Lalu jika ada minyak yang beku harus disertakan bukti.

Dalam wawancara dengan Ibu Cantika selaku pembeli atau konsumen CV. Oleindo Amana Sejahtera menyatakan bahwa sering menggunakan minyak bermerek lentera mas dan juga menjual kembali minyak lentera mas sehingga mengetahui bahwa minyak tersebut berasal atau diproduksi dari CV. Oleindo Amana Sejahtera sehingga ketika komplain terkait kebocoran direspon dengan baik

walaupun dalam SOP perusahaan sebenarnya tidak melayani pengembalian barang yang beku.

Berdasarkan wawancara dengan karyawan yang bernama Bapak Firdaus sebagai karyawan menyatakan bahwa memang respon pabrik terkadang masih kurang karena memang sebenarnya kita tidak melayani komplain terkait minyak yang beku tapi masih kita proses dengan baik apabila konsumen memiliki bukti barang yang cacat tersebut jadi terkadang proses yang kami lakukan pada komplainan konsumen cukup lama karena juga banyaknya pesanan atau penjualan yang selalu penuh, dan para karyawan yang sibuk dengan tugasnya masing-masing.

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan yaitu sebagai niat dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya untuk menetapkan keuntungan. Prinsip ini juga mengajarkan seseorang dalam menjalankan aktivitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang salah satunya dengan memiliki prinsip kejujuran, kebajikan yang dilakukan dengan kemurahan hati kepada orang lain, jujur dalam berdagang, tidak berbuat kecurangan dan memberikan tenggang waktu kepada pembeli.

Adapun hasil wawancara Bapak Imam selaku pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera menyatakan kejujuran itu penting dalam berdagang, namun konteks kejujuran memiliki banyak makna dan arti bagi Bapak Imam, konteks kejujuran juga banyak dinilai dari berbagai sisi apalagi dalam hal bisnis. Kejujuran yang diterapkan disini yaitu kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan harga yang diberikan.

Imam Al-Ghazali memiliki gagasan menyangkut etika bisnis Islam yang haruslah diterapkan dalam kegiatan berbisnis:

a. *Al-Dunya Mazra'atul Akhirah* (Dunia adalah Ladang Akhirat)

Dunia hanya tempat sementara untuk manusia yang hendak mencari bekal hidupnya supaya di akhirat nanti memperoleh syafa'at dari Allah SWT. Menurut Al-Ghazali bisnis diartikan sebagai kerja keras yang seseorang lakukan sewaktu hidup di dunia ini yang tidak hanya mencari kehidupan sesaat namun juga hidup di akhirat yang hakiki ini. Apabila berdagang, niatkanlah untuk berusaha mencari nafkah yang halal, menjaga kesucian diri dari meminta-minta dan mendapatkan bekal yang bisa dipergunakan untuk mendapatkan keutamaan akhirat

Dalam praktik pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia yakni keutamaan mencari nafkah itu tidak boleh hanya mementingkan urusan duniawi saja melainkan untuk bekal di akhirat. Seperti pada wawancara dengan Bapak Imam selaku

pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera yang menjelaskan bahwa CV. Oleindo Amana Sejahtera selalu mengutamakan niat ibadah dalam menjalankan suatu usaha. Berdagang itu untuk dipenuhinya keperluan hidup semua keluarganya dan diniatkan karena Allah, agar berjalannya usaha bisnis dan dipenuhi keberkahan. Kesibukan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak menghalangi niat beribadah kepada Allah SWT. Hal ini diterapkan juga kepada karyawan setiap sebulan sekali mengadakan istighosah dan berbagi bersama anak yatim. Diadakannya buka bersama pada saat bulan ramadhan dan penyembelihan hewan kurban di CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia.

b. Kemaslahatan

Maslahat yang dimaksud oleh Al-Ghazali ialah masalah yang tidak hanya mementingkan keinginan nafsu manusia semata, namun kemaslahatan yang menyangkut kepentingan umum tidak hanya kepentingan perorangan. Ada beberapa tingkatan dalam kemaslahatan yang terdiri dari seluruh aktivitas untuk pemeliharaan agama, jiwa akal keturunan dan hartanya serta melakukan ibadah-ibadah sunnah.

Dalam praktik CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia telah memelihara seluruh kebutuhan dalam hal kemaslahatan yang diantara memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan hartanya serta melakukan ibadah-ibadah sunnah. Hal ini seimbang dengan hasil

wawancara yang dijelaskan oleh pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dari segi agama yang selalu mendahulukan sholat, zakat, dan shodaqoh. Penerapannya adalah dengan melaksanakan sholat tepat waktu, mengeluarkan zakat sesuai dengan ketentuan, dan shodaqoh kepada anak yatim di panti asuhan daerah Mojokerto. Pemeliharaan jiwa ditinjau dari segi pemeliharaan kesehatan dan keselamatan kerja para karyawan yaitu para karyawan lapangan selalu menggunakan pakaian kerja sesuai SOP agar pakaian yang dikenakan tidak kotor dan barang yang dikemas selalu steril serta pemberian jaminan kesehatan berupa BPJS kepada para pegawai tetap, pemeliharaan akal berupa pemecatan karyawan saat terbukti mengkonsumsi minum-minuman keras dan sejenisnya, pemeliharaan keturunan terdapat SOP dalam hal menikah dan larangan berzina untuk para karyawan, pemeliharaan harta dapat diwujudkan penerimaan upah yang adil pada setiap karyawan sesuai pekerjaan yang mereka lakukan ada karyawan borongan, kontrak maupun tetap.

c. Nilai-nilai Kebaikan

Dalam praktek bisnis dan ekonomi Al-Ghazali mensyaratkan untuk para pebisnis Islam agar lebih mengutamakan masalah moral dalam bisnis. Sepererti larangan mengambil keuntungan yang berlebihan, berlapang dada bila terdapat pembeli yang ingin melakukan pembatalan transaksinya sebab suatu *udzur syar'i*.

Hasil wawancara dengan pemilik CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia telah menjelaskan bahwa penjualan minyak sudah sesuai dengan kualitas barang yang diberikan dengan tambahan pembayaran ekspedisi yang ditanggung konsumen diluar dari itu tidak ada pungutan lain lagi. Setelah melakukan pembayaran maka barang akan dijadwalkan untuk dikirim. Apabila konsumen ingin membatalkan pesanan akan diproses secara baik oleh CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia dengan cara transaksi yang dibatalkan dialihkan kepada orang lain. Dalam nilai kebaikan yang dijelaskan Imam Al-Ghazali jelas bahwa CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia sudah menerapkannya dengan baik.

d. Jauh dari Perbuatan Riba

Dalam Al-Quran, riba telah diperjelas keharamannya. Karenanya Al-Ghazali mempetegas kembali kepada para pedagang enas, perak, mata uang, dan makanan pokok untuk selalu melindungi diri dari perilaku riba *fadl* dan *nasi'ah*.

Dalam praktik CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia telah menjauhi riba terlihat dari hitungan keuntungan yang dihitung secara baik dan masuk akal tanpa melebih-lebihkan keuntungan dari yang didapatkan dan barang yang dikirim hanya barang yang sesuai dengan transaksi diawal tidak mengurangi kualitas dan kuantitas barang tersebut. Dan juga proses transaksi pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia melakukan metode pembayaran lunas dimuka,

jadi barang akan dikirim setelah konsumen sudah melakukan pelunasan atas barang yang sudah dipesan.

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia sudah menerapkan etika bisnsi Islam menurut prespektif Imam Al-Ghazali yakni keutamaan mencari nafkah itu tidak boleh hanya memprioritaskan urusan duniawi saja namun juga untuk bekal di akhiratnya. Terdapat juga pemeliharaan kemaslahatan dari segi agama yang selalu mendahulukan sholat, shodaqoh, zakat, memelihara jiwa ditinjau dari segi pemeliharaan Kesehatan dan keselamatan kerja para karyawan, memelihara akal berupa pemecatan karyawan saat diketahui mengkonsumsi minuman keras dan sejenisnya, memelihara keturunan disyariatkan dalam hal menikah dan dilarang berzina untuk para karyawan, memelihara harta dapat diwujudkan penerimaan upah yang adil pada setiap karyawan. CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia juga tidak mengambil keuntungan secara berlebihan sehingga dapat dikatakan telah menjauhi riba.

Namun kendala yang masih belum bisa diatasi oleh CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan karena sikap karyawan yang berbeda-beda. Namun dalam visi dan misinya perusahaan akan terus memperbaiki kesalahan dan akan memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen. Namun dalam visi dan misinya perusahaan akan terus memperbaiki kesalahan dan akan memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia yang membahas etika bisnis Islam dalam Prespektif Imam Al-Ghazali dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam penelitian pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia terdapat faktor penghambat dan pendukung penerapan etika bisnis Islam. Faktor pendukung dibagi atas dua macam yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor pendukung eksternal adalah kualitas kerjasama yang baik antar perusahaan, kepuasan konsumen dengan barang dan kualitas yang ditawarkan. Faktor internal yaitu kepercayaan pemilik kepada Allah SWT, keadilan yang diberikan kepada pembeli, dan mayoritas konsumen muslim. Sementara faktor yang menghambat implementasi etika berbisnis Islam pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia adalah pelayanan yang diberikan kepada pembeli kurang maksimal disebabkan sikap karyawan yang berbeda-beda.
2. Penerapan etika bisnis Islam dalam prespektif Imam Al-Ghazali pada CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia sudah dijalankan dengan baik yakni keutamaan mencari nafkah tidak boleh hanya mementingkan urusan duniawi saja melainkan untuk bekal di akhirat. Pemeliharaan kemaslahatan dari segi agama selalu mendahulukan sholat, zakat dan shodaqoh. Pemeliharaan jiwa ditinjau dari

segi pemeliharaan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, pemeliharaan akal berupa larangan untuk minum minuman keras dan sejenisnya, pemeliharaan keturunan terdapat SOP dalam hal menikah dan larangan berzina untuk para karyawan, pemeliharaan harta dapat diwujudkan penerimaan upah yang adil pada setiap karyawan. CV. Oleindo Amana Sejahtera Indonesia juga tidak mengambil keuntungan secara berlebihan serta menjual barang sesuai kuantitas dan kualitas sesuai kesepakatan sehingga dapat dikatakan telah menjauhi riba.

5.2 Saran

Mengacu pada simpulan di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan, yakni:

1. Setiap perusahaan atau kepada para pelaku usaha diharapkan dapat mengaplikasikan etika bisnis Islam secara benar agar dapat berjalannya bisnis secara benar sesuai dengan ajaran Islam
2. Kepada para pembaca dan peneliti yang akan datang, agar menambah wawasan tentang ekonomi syariah terutama pada penerapan etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. (2013). Etika Bisnis Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali. *Jurnal At-Tahdzib*, 1(1), 1–20.
- Amalia, F. (2013). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–10.
- Arifin, I. N. (2018). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada CV. Wahana Satria Purwokerto*. Purwokerto.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Denzin, N. K., & Yvonna S. Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Agama RI. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.
- Djaali, & Muljono, P. (2000). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (1st ed.). Jakarta: Penebar Plus.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, 6(1), 32–40.
- Fahmi, I. (2014). *Etika Bisnis : Teori, Kasus, dan Solusi* (Cet. 2.). Bandung: Alfabeta.
- Fauroni, M., & Lukman. (2002). *Visi al-Qur'an tentang Etika Bisnis*. Jakarta: Salmeha Diniyah.
- Futihatul Rizqiyah, A. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di BMT UGT SidogiriCabang Jombang. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 28–53. Retrieved from <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Ghazali, A. (1982). *Ihya' 'Ulumuddin Jilid 2*. (Terjemahan Ismail Yakub, Ed.). Semarang: CV. Faizan.
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 122–129.

- Hasoloan, A. (2018). Peran Etika Bisnis Islam dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*, (53).
- Hizbullah, A. (2020). *Studi Komparasi Pemikiran Imam al-Ghazali dan Adam Smith tentang Konsep Kesejahteraan*. Makasar.
- Ilyas, I. (2014). Stratifikasi Maqashid Al-Syari'ah terhadap Kemashlahatan dan Penerapannya. *Jurnal Hukum Islam*, 14(1), 13–19.
- Imam al-Ghazali. (2017). *Intisari Ihya' Ulumiddin*. (Penerjemah Junaidi Ismail, Ed.) (Cet.2.). Jakarta: PT.Serambi Semesta Distribusi.
- Imam Al-Ghazali. (2022). *Ihya Ulumuddin untuk Orang Modern*. (Penerjemah Ach. Fairuzabadi, Ed.) (Cet.2.). Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kadji, Y. (2016). *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*. Yogyakarta : Deepublish .
- Kawasati, R. (n.d.). *Etika Bisnis Islam dalam Prespektif Islam*.
- Kholiq, A. (2011). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. pesantrenvirtual.com.
- Leviana, D. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pegusaha Genteng dalam Etika bIsnis Islam (Studi pada Pekon Penutan Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu)*. Lampung.
- Liantoni, J. (2022). *Analisis Pemiiran Imam al-Ghazali mengenai Etika dalam Bisnis (Studi Pada Kitab Ihya' Ulumuddin)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung.
- Mawardi, A. (2020). Etika Bisnis Islam dalam Prespektif Pemikiran al-Ghazali. *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 10(2), 67–78. Retrieved from <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat11112><https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat6768>
- Menita, H. A. (2017). Pemikiran Abdul Mannan Tentang Ekonomi Islam. *Al-Intaj*, 3(1), 218.
- Mubarak, S. (2020). Riwayat Hidup Dan Pemikiran Al-Ghazali Dan Ibnu Maskawaih. *Jurnal Syariah dan Hukum*, 1(1), 50–74.
- Muhayatsyah, A. (2020). Etika Bisnis Islam dalam Prespektif Pemikiran al-Ghazali Islam Bussines Ethics in al-Ghazali's Perspektive. *Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2(2), 84–104.

- Mukhlison, I. (2017). *Etika Komunikasi dalam Islam Telaah Pemikiran Imam al-Ghazali*. Banjarmasin.
- Natadiwirya, M. (2007). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Granada Press.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Islam dalam Prespektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1), 51.
- Nisa', K. (2016). Al-Ghazali: Ihya' Ulum Al-Din dan Pembacanya. *Jurnal Umul Qura*, 8(2), 1–15.
- Putriasih, S. (2018). *Penerapan Etika Bisnis Islam Prespektif al-Ghazali pada Petani Kopi di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Rahmawati, L. (2012). Konsep Ekonomi Al-Ghazali. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 2(1), 329–345.
- Rianti. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13.
- Saifullah, M. (2011a). Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Jurnal Walisongo*, 19(1), 127–156.
- Saifullah, M. (2011b). Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127–159.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Surajiyo. (2016). Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Prespektif Filosofis. *Seminar Nasional Indocompak, Jakarta, Universitas Bakrie*.
- Wahyuningsih, G., Noer Janah, F., & Roy Purwanto, M. (2021). Berbisnis Berdasarkan Perilaku Rasulullah SAW. *At-Thullab Jurnal*, 2(1).
- Warjo. (2013). Etika Bisnis Islam dalam Prespektif Islam. *Jurnal Ekonomi*, 1(2), 57–67.